16. Jahrgang, Heft 7 Oktober 1929

Mein Heimatland

Badische Blätter für Volkskunde, ländl. Wohlfahrtspflege, Familienforschung, Heimatschutz und Denkmalpflege, i. A. d. Landesvereins Badische Heimat herausgegeben von Hermann Eris Busse, Freiburg i. Br.

Reklame und Heimatschutz

von

Ludwig Schmieder

Heidelberg

Jahresbeitrag 6 RM. (Ortsgruppen erheben einen kleinen Zuschuß für örtliche Zwecke), wofür geliefert werden: die beiden Zeitschriften „Badische Heimat" (Jahresheft) und „Mein Heimatland" (8 Hefte). Körperschaftliche Mitglieder zahlen das Doppelte. Auflage 15000.

Haus Badische Heimat Freiburg i. Br., Hansjakobstraße 12.

Postscheckkonto Karlsruhe 16468, Anruf 6160

Ekkhart-Jahrbuch sofort bestellen, Vorzugspreis erlischt!

1. BADISCHES BRUCKNERFEST IN KARLSRUHE

SEKTION BADEN DER INTERNATIONALEN BRUCKNERGESELLSCHAFT

vom 6. bis 10. November 1929

A CAPELLA-CHÖRE/SINFONIEN/MESSEN/AUSSTELLUNG: BRUCKNER-WERKE U. MANUSKRIPTE

AUSKUNFT U. PROGRAMM: BADISCHES LANDESTHEATER U. VERKEHRSVEREIN

PROGRAMM

Mittwoch, 6. November, 20 Uhr

Einführungsabend in der Badischen Hochschule für Musik. 1. Vortrag: „Bruckner als Sinfoniker" (Dr. Karl Grunsky, Stuttgart). 2. V. Sinfonie an 2 Klavieren.

Donnerstag, 7. November, 20 Uhr

Kirchenmusikalische Andacht in der katholischen Stadtkirche St. Stephan, Leitung: Direktor Franz Philipp. 1. Vorspiel und Fuge in C-Moll für Orgel. 2. A-cappella-Chöre. 3. Sreichquintett in F-Dur. 4. A-cappella-Chöre.

Freitag, 8. November, 20 Uhr

1. Sinfoniekonzert im großen Festhallesaal (Veranstaltung des Bad. Landestheaters). Leitung (Dirigent wird noch bekanntgegeben). Mitwirkende: Vereinigte Orchester des Bad. Landestheaters und des Freiburger Stadttheaters. Aufführung der I. Sinfonie in C-Moll und der VIII. Sinfonie in C-Moll.

Samstag, 9. November, 20 Uhr

2. Sinfoniekonzert im großen Festhallesaal (Veranstaltung des Bad. Landestheaters). Leitung: Generalmusikdirektor Josef Krips, Karlsruhe, und Direktor Franz Philipp, Karlsruhe. Mitwirkende: Vereinigte Orchester des Bad. Landestheaters und des Freiburger Stadttheaters. Aufführung der V. Sinfonie und der „Friedensmesse" (Sinfonie mit Chören) von Franz Philipp.

Sonntag, 10. November, 11 1/4 Uhr

Aufführung der Großen Messe in F-Moll im großen Festhallesaal. Leitung: Kapellmeister Dr. Heinz Knöll, Karlsruhe. Mitwirkende: Karlsruher Chorvereinigung, Orchester des Badischen Landestheaters mit Streicherverstärkung vom Orchester des Freiburger Stadttheaters.

Dienstag, 5. November bis Montag, 11. November

Ausstellung von Manuskripten (Kompositionen und Briefe) sowie **persönlichen Erinnerungszeichen an Anton Bruckner** in der Badischen Hochschule für Musik.

Auskünfte durch das Bad. Landestheater Karlsruhe und Verkehrsverein Karlsruhe
Programmbuch zum 1. Badischen Brucknerfest beim Verkehrsverein Karlsruhe

Mein Heimatland

Badische Blätter für Volkskunde, ländl. Wohlfahrtspflege, Familienforschung, Heimatschutz und Denkmalpflege, im Auftrag des Landesvereins Badische Heimat herausgegeben von Hermann Eris Busse, Freiburg i. Br.

16. Jahrgang, Heft 7 — Oktober 1929

Reklame und Heimatschutz

Von Ludwig Schmieder, Heidelberg

Reklame ist in unserem Wirtschaftsleben ein unumgängliches Erfordernis. Der Erzeuger muß seine Ware dem großen Kreis der Verbraucher anzeigen, damit sich dieser bei Bedarf daran erinnert oder darauf zurückgreift, wenn er früher einmal einen befriedigenden Versuch unternommen hat. Unbewußt prägt sich der Name einer Ware in das Gedächtnis des Verbrauchers ein, wenn er ihn des öftern zu lesen bekommt. Die Reklame strebt aus diesem Grunde danach, an möglichst vielen Stellen auf die Ware hinzuweisen, und besonders solche Orte aufzusuchen, an denen täglich recht viele Menschen vorbeikommen.

Früher waren das gedruckte Angebot, das Tausenden ins Haus geschickt wurde, und das Inserat in der Zeitung die übliche Reklame. Beide bestehen heute noch; es hat sich aber ihnen das Plakat zugesellt, das als gedrucktes Blatt angeklebt oder als emaillierte, gegen Wetter beständige Eisen- oder Blechplatte angeschraubt oder schließlich auf eine Holzplatte aufgemalt wird. Dem gleichen Zweck dient das am Geschäftshaus angebrachte Schild. Von dieser Art Reklame soll vornehmlich die Rede sein, weil sie allein das Bild unserer Heimat gefährdet.

Die Erfordernisse der Reklame

lassen sich aus dem Gesagten leicht ableiten. Was angepriesen wird, muß klar auf einen Blick zu erkennen sein, sonst gehen die meisten achtlos vorüber. Das bedingt auf alle Fälle für das Plakat eine

klare Schrift,

ohne jede nicht unumgänglich nötige Zutat. Je knapper der Wortlaut gefaßt ist, desto leichter haftet er bewußt oder unbewußt im Gedächtnis des Vorübergehenden. Noch wirksamer als ein kurzer Text in klarer Schrift kann unter Umständen ein

treffendes Wahrzeichen

sein, das die Fabrikmarke oder eine sich auf das Anzupreisende beziehende, bildliche Darstellung enthält. Wir kennen alle den Erdalfrosch, auch wenn wir nie Wichse gekauft haben; wir kennen ebenso an amerikanische Herkunft erinnernde Benzinabzeichen, weiße Sterne auf blauem Grund in rotem Rahmen; wieder anderen wird die Marke ihres Lieblingsbieres vertraut sein, sei es nun der Eichbaum, der Löwe, der Spaten, der Trinker von Sinner u. dgl. mehr.

Damit aber die Schrift oder das Zeichenplakat in die Augen fällt, muß es

auf ruhigem Hintergrunde

sitzen. Ruhig ist dabei in malerischem Sinne zu nehmen. Wenn eine Hauswand von unten bis oben mit Reklameschriften übersät ist, so wird sich kein Mensch die Mühe nehmen, das Einzelne zu lesen. Wenn wir zu einem Bahnhof heraustreten und sehen einen Wald von Schildern vor uns, so kehren wir, als gebildete Menschen, gleich lieber wieder um; strafen aber auf alle Fälle diese Schilder mit Nichtbeachtung. Was auf eine ruhige Fläche, wenn noch so bescheiden, aufgemalt wird, wirkt besser als das schreiendste Farbenplakat inmitten von vielen anderen, in Größe und Art verschiedenen. Nur wenn die Plakate eine gewisse Ordnung oder Reihung durch gleiches Format oder geeignetes Aneinanderreihen aufweisen, wird ein angenehmer Eindruck erzeugt, der viele unbewußt veranlaßt, die Plakate sich anzusehen. Das ist z. B. oft der Fall bei Unterführungen oder Untertunnellung von Bahnhöfen, wo wir eine Reihe von gleich großen Plakaten wegen ihrer Ordnung im einzelnen uns besehen.

Daraus folgt, daß bei Häufung von Plakaten diese möglichst geordnet angebracht sein müssen.

Bei Ausverkäufen, oder anderen besonderen, sich nur auf ein oder mehrere Tage erstreckenden Anlässen, lassen wir es uns auch gefallen, wenn ein Haus stärker als sonst mit Schrift oder derartigen Plakaten bedacht wird. Während sonst das Plakat eindringlich wirken soll, darf es hier auch einmal aufdringlich sein. Auf dem Jahrmarkt hören wir auch gerne dem billigen Jakob zu, der in marktschreierischer Weise seine Ware anbietet; wir würden uns aber bedanken, wenn alle Erzeugnisse nun durch Ausrufen in den Dörfern und Städten angepriesen würden. Unsere Ohren würden das nicht ertragen. Ähnlich geht es aber auch unseren Augen, wenn durch Aufschriften, Plakate usw. allerorten unser Auge abgelenkt werden soll. Wenn wir in einem Geschäftsviertel uns bewegen, ist das selbstverständlich; wir suchen dies ja oft auf, um Waren einzukaufen. Anders aber ist es, wenn wir uns im Wohnviertel einer Stadt aufhalten, wo wir behaglich wohnen wollen, oder wenn wir uns zur Erholung auf das Land begeben oder zur Erfrischung einen Spaziergang in unsere Wälder oder Fluren machen.

Wir wollen unsere Heimat gegen derartige Marktschreier schützen, das liegt im öffentlichen Interesse. Jeder Kaufmann würde sich ebenso bedanken, wenn etwa Religionsgemeinschaften oder Sekten Bibelsprüche oder „Rette deine Seele" in Riesenlettern an jeder Straßenecke, im Wald und auf der Wiese anbringen wollten. Wenn ein Benzin- oder Erdölkönig mit seinem Auto die Wälder durchstreifte, würde er es entsetzlich finden, wenn an jeder Weggabel eine Musik vom Radio oder Grammophon ertönte. Nicht viel anders ist die verheerende Wirkung, die die wilde Bildreklame unbewußt unseren Augen zufügt.

In der Schönheit der deutschen Landschaft, in unseren Dörfern und Städten sind derart unendlich tiefe seelische Werte verborgen, die unserem Dasein allein ungetrübte Freude geben, daß wir die Heimat gegen derartige Ruhestörer schützen müssen, wenn wir überhaupt ein Gefühl und eine Liebe zu unserer Heimat noch haben.

Die Erfordernisse des Heimatschutzes verlangen deshalb Rücksicht auf die Umgebung, Beschränkung der Reklame auf den richtigen Ort uud eine schickliche Art und Größe.

Was darunter zu verstehen ist, läßt sich am besten an Einzelbeispielen zeigen. Wandern wir, lieber Leser, deshalb miteinander durch ein Dorf, dann in eine kleinere

Stadt, etwa ein badisches Amtsstädtchen, dann in eine Großstadt, in ihr Geschäftsviertel, in ihr Industriegebiet und schließlich in ihre Wohnviertel. Zur Erholung gehen wir in den Park und darüber hinaus in die freie Landschaft.

Die Reklame im Dorf

drängt sich uns beim Betreten jedes Dorfes leider heute in unangenehmer Weise auf. Am Ortseingang zwei oder drei Emailschilder, auf denen zu ersehen ist, wo und welcher Betriebsstoff in dem Orte zu haben ist, auf jedem dritten Scheunentor, jeder vierten Giebelwand Emailschilder für Schuhwichse, Kaffee, Zichorie, Putzmittel aller Art, Wolle, Zwirn, Motorräder, Fahrräder, Nähmaschinen usw. Dazwischen wird auf bedrucktem Papier angezeigt an einem Tore, daß der Gesangverein X. X. am nächsten Sonntag hier und der Radfahrverein Y. sein Fest am gleichen Tage dort hat, daß eine Menagerie und mehrere Kinos auf uns in der nächsten Kleinstadt warten. In der Umgebung der kleinen ländlichen Verkaufsläden, in denen man in der Regel fast alles haben kann, häufen sich dann diese Schilder, und an den Türen und Fensterläden des Geschäfts selbst ist schon kein Platz mehr vorhanden, etwas anzubringen. Der Staketenzaun des Vorgärtchens ist wie gepflastert mit solchen Schildern. Es ist nichts Außergewöhnliches, daß dasselbe Schild gleich fünf und noch mehr Male im gleichen Dorfe wiederkehrt, oft zwei- und dreimal gleich nebeneinander. Glauben denn die Erzeuger im Ernste, daß das irgend jemand noch ansieht oder gar liest? — Lieber Landwirt, dein Scheunentor sollte dir zu sehr als Teil deines Besitzes gelten, auf den du stolz sein kannst und sollst, als daß es dir jeder Beliebige verkleben oder mit Plakatschildern verunstalten dürfte. Den Stern Nähseide oder das Paket Zichorie, die er dir — vielleicht — als Entgelt anbietet, gib ihm zurück und weise ihm die Türe.

Diesem Unfug muß gesteuert werden im Interesse der Geschäftswelt selbst. Solange ein oder zwei Schilder da waren, hat man sie beachtet. Jetzt ist man abgestumpft und geht achtlos vorüber. Leider gewöhnt sich der Mensch an Scheußlichkeiten. Die unbewußte Folge in seinem Seelenleben und im Verhältnis der Menschen zueinander bleibt nicht aus. Wie ist nun diesem Übel abzuhelfen?

Sorgt auch in kleinen Orten dafür, daß eine Holzwand, eine Plakattafel oder eine Plakatsäule aufgestellt wird, auf die allein die Plakate aufgeklebt werden dürfen. Eine zweite Stelle mag am Ortseingang bezeichnet werden, auf der die Namen der Tankstellen u. dgl. alle in gleich großer Schrift untereinander aufgemalt werden. Damit aber Schluß.

Jeder Ortsansässige weiß, daß er hier an der Plakatwand oder -säule regelmäßig lesen kann, wo er etwa in den Feierstunden sich hinbegeben kann, oder wo er die oder jene Ware erhält.

Grundsätzlich ist das Verkleben der Türen und Tore und insbesondere der Garten- und Vorgartenzäune abzulehnen und zu verbieten.

Statt der Emailschilder sollen die betreffenden Firmen etwas mehr Wichse in die Schachteln tun oder ein größeres Paket Waschpulver liefern u.s.f. Wir merken das alle bald und ziehen diese Erzeugnisse anderen vor. Im Innern des Ladens mag der Besitzer eine ganze Wand mit allen Schildern verschrauben lassen, das ist seine Sache und kann der Allgemeinheit gleichgültig sein.

Man muß nur darauf achten, daß die Plakatsäule oder -wand im Verhältnis zu den Häusern des Ortes nicht zu groß wird. In einer Großstadt wirkt eine Plakat-

säule von etwa 1,20 Meter Durchmesser und 3,5 Meter Höhe kleiner als im Dorfe eine Säule von 80 bis 100 Zentimeter Durchmesser bei 2 Meter Höhe. Irgendwelche Verzierungen einer derartigen Säule oder Wand vermeide man, da diese unangebracht wirken. Der Abschluß der Säule oder der Wand soll nur ein ruhiger Rahmen für die nebeneinander gereihten Plakate geben. Die Bevölkerung eines Ortes, die etwas auf sich hält, sollte ohne polizeiliche Maßnahme diese Vereinigung vornehmen und dauernd aufrecht halten. Die wenigen Aufschriften oder Schilder, die die Arbeits- oder Wohnstätte der Handwerker, Vertreter von Zeitungen u. dgl. anzeigen, treten dann gebührend in Erscheinung, wenn sie noch so bescheiden gehalten sind.

Die Reklame hat gerade im Dorfe viele Möglichkeiten, die heute noch wenig ausgenützt sind. Ich denke dabei vor allem an die Bildchen, die beim Verkauf der Waren Kindern gegeben werden, und die einen belehrenden Inhalt haben. Von der Erlernung der Schrift bis zum Selbstunterricht in Erd- und Völkerkunde, Belehrung auf verschiedenen Gebieten usw. gibt es für jung und alt ein gerne gesehenes Anschauungsmaterial. Andere Firmen greifen mit Erfolg zu Bilderbogen, Wochen- oder Monatszeitschriften (wie viele Drogenhandlungen u. a.), wieder andere zu Vorträgen, in denen die Handhabung und Wirkung ihrer Ware gezeigt wird. Schließlich bleibt das von Hand zu Hand zu gebende Werbeblatt in Aktenformat, das heute schon eine große künstlerische Höhe erreicht hat, aber gerade für die täglichen Bedarfsartikel noch wenig verwendet wird. Diese Reklame wird in das Haus selbst zum Verbraucher gebracht oder zum Einwickeln verwendet und ist ungleich wirksamer als das Außenschild.

Die Reklame in der Stadt

hat wie die im Dorfe den Grundsatz zu beachten, daß sie auf bestimmte Orte, Plakattafeln oder -säulen, beschränkt wird, sofern es sich nicht um die Anzeige des Geschäftes am eigenen Laden handelt. In der Stadt wirken die aufgeschraubten Glas- oder Emailschilder noch störender als im Dorfe, weil in der Regel in der Hauptstraße die Geschäfte in langer Reihe aufeinanderfolgen. Besonders schlimm sieht es in der Regel am Ausgang von Bahnhöfen aus. Tafeln, die auf Pfählen angebracht sind, in verschiedensten Größen empfangen den aus dem Bahnhof Heraustretenden.

Auch hier ist Ordnung in die Tafeln zu bringen, indem eine Fläche von bestimmter, klar umrissener Größe für sämtliche Schriften, Schilder und Plakate von seiten der Gemeinde denen gegen Gebühr zur Verfügung gestellt wird, die am Bahnhof Reklame machen wollen.

In der kleinen Stadt spielt außer der fremden Reklame auch die Anbringung der Geschäftsschilder am eigenen Hause eine große Rolle. Es gibt noch ganz wenige Städte, die hierin angenehm ins Auge fallen. So bildet z. B. Staufen im Breisgau eine löbliche Ausnahme, sei es nun, daß der Alemanne es mit Neuerungen nicht so eilig hat und gerne ein gemütliches, selbstbewußtes Tempo in allen Dingen, so auch hier, einhält, sei es, daß ein Amtmann oder Landrat schützend und aufklärend gewirkt hat. Wie dem auch sei, in den meisten Geschäftshäusern sind über den Erdgeschoßfenstern in großen Metallbuchstaben der Name und die Art des Geschäftes auf die Putzwand des Hauses aufgesetzt. Die meisten Schriften stammen noch aus den achtziger Jahren, aber trotzdem überblickt man mit einem Male einen Teil der Hauptstraße und sieht recht deutlich und klar sofort, wo der Blechner, Bäcker, Metzger usw. wohnt und arbeitet. Schilder, die senkrecht zur Hauswand stehen, sogenannte Vorsteh- oder Stechschilder, sieht man wenige. Jeder Fremde geht gerne durch das

Städtchen und findet es sauber und nett. Es empfiehlt sich von selbst nicht zum geringsten Teil wegen des Mangels an aufdringlicher Reklame.

Die Reklame steht überall auf ruhigem Hintergrund, auf der breiten Putzfläche zwischen den Fenstern der beiden ersten Stockwerke.

In einem benachbarten Badeort regt sich dagegen schon die übereifrige Betriebsamkeit einiger Geschäftsleute. Der Ort sah noch vor ein oder zwei Jahrzehnten ebenso gemütlich aus wie Staufen. Die Vorstehschilder häufen sich aber jetzt in der Straße, ja es treten bereits Glaskasten auf, sogenannte Leuchtschilder, die auch des Nachts den Fremden zum Betreten des Geschäfts anziehen sollen. Ist das nötig? Die Straßen sind überall sehr gut mit elektrischen Lampen erhellt, so daß man des Abends alles ebensogut lesen kann als bei Tage. Aber einer hat mit dem Leuchtkasten begonnen, da müssen es andere nachmachen, sonst kämen sie natürlich zu kurz. Damit komme ich auf den

unsinnigen Wettlauf in der Reklame

zu sprechen, den man allerorten beobachten kann, der letzten Endes die Geschäftswelt ebenso wie das Ortsbild unnötig schädigt. Solange alle Geschäftsleute in der besten und schönsten Art, mit aufgesetzten Metallbuchstaben, am eigenen Hause ihren Betrieb ankündigten, war alles in Ruhe und Ordnung. Nun sah einer die Lichtkästen in einer großen Stadt und denkt, das kann ich mir auch leisten. Im Laufe von ein oder höchstens zwei Jahren haben oder müssen alle Geschäftsleute ähnliche Lichtkästen haben. Der Erfolg für den einzelnen ist gleich Null. Den Glasern und Malern usw. ist der Verdienst zu gönnen, volkswirtschaftlich wäre er aber besser in den Geschäften selbst für bessere Ausstattung der Läden oder sonstwie aufgewendet worden.

Es wird darüber noch im nächsten Abschnitt zu reden sein. Manch bescheidenes Haus tritt aus der Reihe der übrigen durch wohlgepflegten Blumenschmuck hervor. Insbesondere bei Gasthäusern ist diese Art Reklame die vornehmste und wirksamste. Prachtvolle Orleanderbäume oder Granatbäume stehen vor der Hausfront. Jeder bewundert die herrlichen Blüten und findet den Eingang so gastlich-festlich, daß er mit Freuden eintritt. Ein altrenommiertes, weithin bekanntes Gasthaus (die Krone) in Kirchhofen hat so z. B. nicht einmal ein Wirtsschild, ist aber so in Blumenschmuck gehüllt, daß jeder innehält und nach dem Hause schaut, ob er nun vorübergeht oder -fährt. Die meisten kehren aber ein („wils ebbs guets zu fuffe giet").

Aus der guten alten Zeit erfreut uns in manchen Orten noch ein kunstvoll getriebenes Wirtsschild.

Es gibt deren in Baden nicht mehr allzu viele. Allmählich lernen die Besitzer auch den künstlerischen Wert dieser Schilder schätzen. Auf den Stil kommt es dabei nicht an. Die Hauptsache ist nach unseren, oben gegebenen, Grundsätzen, daß das Wahrzeichen treffend zum Ausdruck kommt. Es wäre ein großes Verdienst der Lehrerschaft, all diese Schilder der „Badischen Heimat" in Lichtbildern zuzusenden. Unsere moderne Mode bevorzugt leider das Schriftschild mehr, obschon gerade das Wahrzeichen viel besser und im Ortsbild ungleich schöner wirkt, und dazu noch dem Handwerk und der Kunst Gelegenheit zu besonderer Betätigung gibt. Setzt wieder eine Sonne, eine Krone, ein Roß, einen Adler usf. an euer Wirtshaus und bringt eine einfache Lampe am Eingang an, an Stelle eines unförmigen Lichtreklamekastens, der meist unnötig ist. Es gibt so viele Bildhauer und Maler, die mit Freuden die Zeichnung oder das Modell dazu liefern. Wenn Lichtreklame aber sein muß, so bildet sie als Sockel oder Unterbau des Schildes aus und setzt darauf das Wahrzeichen in plastischer Form. Eine solche Plastik tritt immer ganz stark gegen-

über allen anderen aufgemalten Schildern hervor und darf es auch mit Recht, wenn sie besonders kunstvoll gearbeitet ist. Wenn ihr aber ein geschriebenes Schild bevorzugt, so verwendet eine gute, deutliche Schrift.

Eine schöne, klare, deutliche Schrift fällt im Schilde genau so angenehm auf wie beim Lesen von Stellenbewerbungen, Briefen u. dgl.

Das Auge ruht immer gerne auf ihnen, man liest sie zuerst, gerne noch einmal und bevorzugt schließlich den Bewerber oder in unserem Falle das betreffende Geschäft. Das Geld, das man für den Entwurf einer künstlerischen Schrift aufgewendet hat, verzinst sich vielfältig. Aufgesetzte Buchstabenschriften passen auf jedes Material, Putz, Haustein, Platten aus edlem Stoff u.s.w. Zu empfehlen ist echt vergoldetes Kupferblech wegen der Haltbarkeit und wegen der Möglichkeit, die Schrift auswechseln zu können bei Änderung des Inhabers oder dergleichen. Auch Schriften aus farbigem Glas (blaues Glas auf weißem Grunde oder ähnliches) wirken manchmal ordentlich. Sie bedürfen aber besonderer Sorgfalt im Entwurf, weil jede Linie um so bunter wirkt, um so starrer und klarer das Material ihr Ausdruck verleiht. Eine zu dünne Stelle eines Buchstabens wirkt bei Ausführung in Putz lange nicht so verletzend wie bei Metall oder noch mehr bei Glas. Dazu verlangt Glas stets eine geschlossene Schildform, die die Hausfläche immer unnötig und unschön unterbricht. Deshalb verdienen aufgesetzte Buchstaben den Vorzug. Sie sind im übrigen auch am dauerhaftesten.

Die Reklame in der Großstadt

zeigt besser als die auf dem Lande und der Kleinstadt den oben schon erörterten unsinnigen Wettlauf. Der Lichtkasten in bescheidenen Abmessungen wirkt nicht mehr, weil ihn schon wieder alle haben, also beginnt da und dort ein mächtiger Glaskasten aufzutauchen, der weit über den Gehweg vorspringt, oder er klettert durch mehrere Stockwerke am Hause empor, damit er ja weithin sichtbar wird. Was A kann, kann B auch, so sind bald viele derartige Kasten vorhanden, die gar keinen Sinn haben, als in unverschämter Weise sich vorzudrängen. Wenn diese Kasten in Form von dünnen Platten über Eingängen sitzen und als Regenschutz dienen, haben sie noch einen Zweck. Meist findet man aber Abmessungen wie große umgestürzte Badewannen, Kasten, in denen ein und mehrere Menschen sitzen oder stehen können und dergleichen mehr. Ein Teil betont die Horizontale, die anderen streben in die Höhe, damit ja das Durcheinander recht groß wird.

Hier ist es Pflicht der Gemeinde, die größte zulässige Größe für Lichtkasten vorzuschreiben, die dann unbedingt eingehalten werden muß. Die Größe muß dem Maßstab der Häuser und der Straßenbreite angepaßt sein.

Ein Versuch mit einem Modell aus Latten und durchscheinendem Papier wird rasch diese Frage klären. München ist in dieser Weise vorbildlich vorgegangen. Auch unsere Landeshauptstadt zeigt hierin noch, daß Ordnung in der Stadt herrscht. Leider gibt es aber auch Städte, in denen die Vorschrift auf dem Papier besteht, das Schild aber fertiggemacht und aufgehängt wird und niemand den Mut hat, es zwangsweise herunterzuholen. Wahrlich ein schlechtes Zeugnis für das Ansehen der zuständigen Verwaltung.

In Paris sieht man meist Leuchtröhrenschrift. Der elektrische Strom fließt durch gasgefüllte Röhren, die in Form der Buchstaben gebogen sind. Der Lichteindruck

ist ein sehr starker und in der Nähe meist ein unangenehmer. Leuchtröhren sollten daher nur in ganz großen Städten mit breiten Straßen zugelassen werden. Kommen sie aber einmal auf, so wird nach dem unvermeidlichen Wettlauf damit bald die ganze Stadt verunstaltet sein. Gott sei Dank sind die Leuchtröhren noch sehr sehr teuer. Einem Kino oder einem Theater, das von vielen aufgesucht wird, mag die Berechtigung zugestanden werden, solche zu verwenden.

Größere und in der Lichtart stärkere Reklame als die in bestimmter Abmessung vorgeschriebene darf also nur in berechtigten Ausnahmefällen zugelassen werden. Die Berechtigung liegt vor, wenn es sich um ein Unternehmen handelt, das große Mengen von Zuschauern täglich aufnimmt.

Auch hier muß die Größe der in der betreffenden Stadt oder Straße üblichen Haushöhe angepaßt sein. Eine solche Reklame stört in der Regel die nähere, oft auch die weitere Umgebung durch die intensive Lichtwirkung. Aus diesem Grunde sollten die Bewohner und Hausbesitzer der Nachbarschaft gehört werden und in überwiegender Anzahl damit einverstanden sein, bevor Genehmigung erteilt wird. Wer das nicht begreiflich findet, dem möge ein Radio oder Grammophon des Nachbarn allabendlich einige Stunden denselben Gassenhauer zu Ohren führen. Was dem Ohr recht ist, gilt auch für das Auge.

In amerikanischen Großstädten wird als nächster Grad der Lichtreklame das fließende Licht verwendet. Um jede Leuchtschrift zieht ein farbiges Band von Glühlampen, das um die Schrift ständig zu kreisen scheint. Wieder andere Schriften leuchten nur periodisch auf. Hoffentlich bleiben wir noch lange von dieser Erfindung verschont, sie verwirrt im Kopfe und schädigt die Sehnerven, paßt aber vielleicht in den sinn- und ohrenbetäubenden Verkehr einer amerikanischen Großstadt. Aber auch hier hat einer in der Straße damit angefangen, und alsbald mußten alle nachmachen.

Nur in Neuyork in der fünften Avenue, der vornehmsten Geschäftsstraße der Welt, ist man einsichtig geworden.

Hier haben sich die Ladeninhaber zusammengetan und beschlossen, gar keine Leuchtreklame zu verwenden. In einer mehrere Kilometer langen Straße sieht man, lieber Leser, kein einziges Vorstehschild und keine einzige Lichtreklame.

Die Straße ist dazu noch mäßig erhellt. Dafür erstrahlen aber die Auslagen der Geschäfte um so besser im eigenen Lichte. Und was hier an Auslagen zu sehen ist, gehört auch mit zu dem Schönsten und Anziehendsten der Welt. Der kluge Neuyorker Geschäftsmann weiß nur zu gut, daß

eine gute Auslage die beste Reklame ist, die es gibt.

In der Gestaltung der Auslage liegt eine große Kunst verborgen, die viele erst sehen und verstehen lernen müssen. Es gibt aber keine schönere Zierde für eine Geschäftsstadt als die blinkenden Auslagen der Geschäfte. So sieht man in New York in der fünften Avenue alle Stilarten und Geschmäcke der Welt vertreten. Ein großes Herrenmodengeschäft von etwa 20 Fenstern, dekoriert, sagen wir mal: nach Bauhausstil. Nur Materialien, verschiedene Metallplatten, Röhren, Korksteine, Stoffe, Gläser und dazwischen Kragen, Wäsche u. dgl. In der Zusammenstellung ungemein reizvoll und anziehend. Ein anderes zeigt nur Parfümflaschen auf feinen Seiden- und Plüschstoffen, Pariser Geschmack, weiter daneben in kleinem engem Rah-

men einige wenige Erzeugnisse chinesischer Kunst, unsichtbar aber fabelhaft beleuchtet. Man zeigt wenig, das aber ausgezeichnet, und wechselt recht oft. Die Vereinigung geht so weit, daß sie die Branchen vorschreibt und gewisse ausschließt, die sie nicht haben will, um den vornehmen Eindruck der Straße aufrechthalten zu können. Das sei unserer Geschäftswelt und besonders allen, die so gerne von Amerika reden, wenn man ihren Reklametrieb etwas einschränkt, zur Nachahmung wärmstens empfohlen. Auch bei uns in Deutschland sieht man oft gute, von erstklassigen Künstlern ausgeführte Auslagen. In Hamburg hat beispielsweise die städtische Sparkasse an ihren Fenstern treffliche, auf das Sparen sich beziehende, originelle Auslagen angebracht.

Es war wiederholt von dem Wettlauf der Reklame die Rede. Das ist besonders deutlich in Großstädten zu beobachten. Vor etwa zehn Jahren noch prunkte über jedem Schaufenster, über jedem Geschäftshaus ein Glasschild auf die volle Länge des Hauses, meist schwarzes Glas mit Goldbuchstaben. Das war genau so Mode wie die schwarzen Marmor- und Syenitkreuze auf den Friedhöfen, die leider aber noch nicht so sehr im Abnehmen begriffen sind wie die schwarzen Glasschilder. Glas ist heute Mode, aber ein sehr gefährliches Material, weil es ungemein stark durch seinen Glanz wirkt. Jeder Fehler, jedes ungünstige Verhältnis in der Schriftgröße oder Anordnung wirkt zehnfach störend. Meist spiegelt das Glas, besonders wenn man im schrägen Winkel dazu steht, was beim Gehen in der Straße die Regel ist. Diese Reihe von Glasschildern — seien wir ehrlich — hat kein Mensch beachtet. Wer wollte sich auch den Kopf verrenken und von der Straße überall in die Höhe über die Schaufenster blicken. Das ist in einer belebten Straße gefährlich. Außerdem ist die Reihe der Schilder so vielartig und ununterbrochen, daß man kaum eins von dem anderen unterscheiden kann. Der Reklame fehlte eben der ruhige Hintergrund. Seit wenigen Jahren hat man das in der Geschäftswelt einzusehen begonnen. Die Schilder werden abgenommen. Man schafft zunächst einen ruhigen Hintergrund und auf diesen setzt man in Metallbuchstaben Name und Art des Geschäfts auf.

Der ruhige Hintergrund muß aber mit dem Hause in Farbe und Material harmonieren.

Die oben besprochene Lösung ließ die Gebäude wie abgesägt erscheinen. Heute verwendet man mit Vorteil einfache helle Platten aus geschliffenen Steinen, Kalk, Marmor, Travertin, auch Keramik und helle Glasplatten, deren Ton von dem des Oberteiles der Straßenseite des Geschäftshauses nicht zu viel absticht. Auf diese Weise entsteht eine vornehme Wirkung, die von größter Dauer und reklametechnisch denkbar eindrucksvoll ist.

Derart seltenes, teures und im Aussehen anspruchsvolles Material soll man aber nur verwenden bei Geschäftsstraßen von Wert und Bedeutung. Es wäre verfehlt, damit auch schon wieder im Dorfe oder in einer kleinen Stadt zu beginnen, wo die Straße und damit die Sockel der Häuser nie so sauber gehalten werden können wie in der Großstadt, wo zudem keine so kostbaren oder reichhaltigen Auslagen zu sehen sind wie in Großstadtstraßen, wo das Publikum auch im Anzuge bescheidener auftritt als in der Großstadt. Dort genügt ein Kunststeinsockel, ein Edelputz oder dergleichen mehr.

Wenn man auf Lichtreklame abhebt, so wird die Schrift am besten gleich in Buchstaben aufgesetzt, die nachts beleuchtet werden.

In den meisten Großstädten sind die Häuserzeilen noch mit Vorstehschildern

überfät. Solche Schilder haben nicht viel Wert. Eins deckt das andere zu, namentlich an Hauseingängen, wo oft mehrere über- oder nebeneinander sitzen.

Eine einfache, sauber gehaltene gravierte Platte aus Metall, Glas oder Marmor tut dieselben Dienste. Unsere Ärzte und Anwälte verwenden ja auch keine Vorstehschilder, und jeder findet sie auf. Seinen Zweck, ein bestimmtes Geschäft, das sich im Hinterhause oder einem oberen Stockwerk befindet, bei Bedarf ausfindig zu machen, erfüllt das Vorstehschild in dem Augenblick nicht mehr, in dem fast alle Häuser der Straße mit Schildern besetzt sind. Hier kann ein Wahrzeichen bessere Dienste tun, etwa ein Hammer beim Schmied, eine Schere beim Schneider, eine Brezel beim Bäcker usf. Auch an der Zigarrenhandlung wirkt das altüberkommene Wahrzeichen des rauchenden Negers, wenn es gut plastisch hergestellt ist, viel besser als alle Schildermalerei. Wird damit ein wirklicher Künstler beauftragt, so zieht allein seine vorzügliche Arbeit Einheimische wie Fremde an.

Dabei sollte Grundsatz sein, daß jedes Geschäft nur ein Schild anbringen darf und nur in einer bestimmten größten Höhe über der Straße und in einem nicht zu überschreitenden Flächenmaß.

Wer unsere Großstädte durchwandert und auf die Schilder und sonstige Reklame achtet, wird bald sehen, wo Ordnung herrscht, und wo man auf ein anständiges Straßenbild noch Wert legt.

Baudenkmäler von Bedeutung, also historische Bauten, sollten von Schildern überhaupt verschont bleiben.

Ist eine Ausnahme einmal zu machen, so muß ein erstklassiger Künstler den Entwurf liefern, der auf die Formgebung des Hauses gebührende Rücksicht nimmt.

Zu den am besten wirkenden Reklameschriften zählt unstreitig das in Augenhöhe im Ladenfenster aufgehängte Firmenschild, das bei Nacht mit verdeckter Beleuchtung strahlt.

Wir sind alle gewohnt, den Blick geradeaus zu richten. Vorstehschilder sind in dieser Höhe unzulässig. Um so mehr fällt aber das Schild in Augenhöhe auf. Auffallenderweise hat die Geschäftswelt noch verhältnismäßig wenig davon Gebrauch gemacht. Das Bemalen der Fensterscheiben wirkt nie gut. Es verwischt den Gesamteindruck und stört auf alle Fälle bei Nacht. Man unterlasse es daher besser.

Stark hat sich die chinesische Schriftstellung übereinanderstehender Buchstaben eingebürgert. Es gibt amerikanische Großstädte, in denen alle großen Häuser derartige Leuchtkasten über mehrere Stockwerke angebracht haben. Bei einer Haushöhe von 20 Stockwerken sieht das gut aus. In unseren kleinen Verhältnissen von 3—5 Stockwerken wirken diese Leuchtkasten selten gut. Sie sollten auf Ausnahmefälle wie Kino, Theater u. dgl. beschränkt bleiben. Die gesamte übrige Reklame der Geschäftsstraße hat einen streng horizontalen Charakter, die Unterbrechung durch starke vertikale Schilder führt zu einem heillosen Wirrwarr, wenn sie sich öfter wiederholt.

Ein schlimmes Kapitel ist die Giebelreklame.

Besonders in Vorstädten mit Mietkasernen, die im Bebauungsplan ungeschickt angelegt sind oder an bahneigenes Gelände grenzen, nach dem keine Öffnungen gestattet wurden, werden ganze, drei- und mehrstöckige Giebel mit großen Bildern übermalt, Streichholzschachteln, Rasierklingen, Waschpulverbehälter von Riesen-

abmessungen und ähnliches sind beliebte Vorwürfe. Eine Stadtverwaltung, die auf ein gutes Ortsbild hält, sollte

zum mindesten entlang der Bahnlinie und in allen Wohngebieten derartige Riesenbemalung von Giebeln untersagen.

Sie wirkt nie gut und macht auf den mit dem Zuge einfahrenden Fremden einen unangenehmen Eindruck. Es ist viel besser, bei derartigen Giebeln eine Aufteilung durch Gurte und Fenster, wenn auch auf Widerruf, zuzulassen. Dann verschwindet der häßliche Anblick von selbst.

Mehr als eine Reklame für den Besitzer des Hauses oder ein in dem Haus untergebrachtes Geschäft sollte auf keinen Fall bei Giebelbemalung zugelassen werden.

Wenn die Allgemeinheit den Wert eines guten städtebaulichen Gesamteindruckes erst erkennt, werden solche Geschmacklosigkeiten bald von selbst unterbleiben. Auf dem Lande, wo jedes Haus mit der es umgebenden Landschaft in engster Beziehung steht, wirken solche bemalten Giebel besonders häßlich, auch wenn sie im einzelnen, in den Farben und in der Schrift, noch so künstlerisch behandelt sind.

Man würde doch auch kein Holzschild in solchen Abmessungen zulassen. Eine anders als das übrige Haus bemalte Giebelwand reißt die Masse des Gebäudes für den optischen Eindruck auseinander und wirkt also doppelt unangenehm, indem die Reklame einmal über Gebühr groß ist und zum zweiten die Baumasse des Hauses im Straßen- oder Ortsbild zerstört wird.

Giebelreklame kann in Großstädten in Frage kommen, wenn an einer Geschäftsstraße verschieden hohe Gebäude stehen. Aber auch dann ist in der Regel nur eine einfache, klare Beschriftung von angenehmer Wirkung.

Grundsätzlich sollten alle Wohnviertel von fremder Reklame frei bleiben. So wenig man im eigenen Heim Reklamebilder dulden möchte, so wenig soll das erweiterte Heim, die Wohnstadt, hierfür mißbraucht werden, gleichgültig, ob es sich nun um Arbeiter-, Mittelstand- oder Villenviertel handelt. Hier soll man sich wohl fühlen und von Geschäft und Betrieb verschont bleiben.

Im Industriegebiet der Großstadt

wird eine große Schrift, ein deutliches Schild am richtigen Orte sein. Wenn die Ausführung klar und einfach, technisch streng sachlich erfolgt, sieht eine auf dem First des Daches eines Fabrikgebäudes sitzende Schrift meist gut aus. Selten dagegen ein Schild, das ohnedies nicht so leicht lesbar von der Ferne wirkt wie eine aus frei montierten Einzelbuchstaben bestehende Schrift.

Eine Giebelreklame kann hier, in passender Form aufgemalt, wohl am Platze sein. Aber auch hier möge nur jede Firma ihr eigenes Werk mit ihrer Reklame an einer geeigneten Stelle zieren. Die moderne Baukunst hat gerade die Fabrikarchitektur in einer Weise gefördert wie noch keine Zeit zuvor. Industrie- und Fabrikbauten mit ihren großen, ruhigen, klaren Baumassen gehören deshalb mit zu den schönsten Erzeugnissen moderner Baukunst. Es ist etwas Selbstverständliches, daß derart wirkungsvolle Bauten nicht mit Reklame bemalt werden. Allein ihre gute Architektur ist die beste Reklame, die man sich denken kann.

Das Chilehaus in Hamburg oder die Siemenswerke in Berlin brauchen kein Aushängeschild. Wer diese stolzen Bauten einmal gesehen hat, wird sich ihrer immer mit Freude erinnern.

Es erübrigt, noch einige Sonderarten von Großstadtreklame kurz zu streifen. Zu den für das Städtebild gefährlichsten Arten zählt die Leuchtschrift, die beliebigen Wortlaut aufleuchten läßt, entweder fest an einer Fläche, oder als laufende Schrift beweglich. Es sind dazu für jeden Buchstaben große Kasten nötig, in denen je so viele Glühlampen sitzen, daß jeder der 24 Buchstaben des Alphabets daraus im Lichte aufleuchten kann. Das erfordert große Flächen. Sitzt die Reklame gegen den Himmel, dann sieht man bei Tage die häßlichen großen Kasten der Buchstaben an großen Gestängen auf den Dächern sitzen. Das sieht natürlich abscheulich aus. Auch ist der Wert einer solchen Reklame sehr fraglich. Wer beachtet oder merkt sich gar die plötzlich auftauchenden und dann wieder verschwindenden Namen? Wohl niemand. Zweck kann höchstens sein, Passanten aufzuhalten und sie zu verlocken, an einem bestimmten Platze stehenzubleiben. Diese Art Reklame paßt nur für große Plätze großer Städte und flüchtigen Verkehr. Sie ist nur erträglich, wenn die Buchstaben so auf eine Hausfläche montiert sind, daß die Kasten bei Tage nicht auffallen. Am Opernplatz in Paris laufen auf diese Weise die neuesten Telegramme jede Nacht periodisch durch und zwingen viele zum Anhalten, oder dazu, den Platz aufzusuchen und dann begreiflicherweise irgendwo in der Nähe einzukehren. Das ständige Aufleuchten ist aber so aufdringlich, daß dieser Art Reklame nicht das Wort geredet werden kann. Was würde der Direktor eines solchen Unternehmens wohl sagen, wenn in seinem Arbeits- oder Schlafzimmer alle 5 Sekunden das Licht einer solchen Reklame eindringen würde?

Nicht nur Geschäfte, auch Städte machen Reklame und manche leuchten Nacht für Nacht ein oder mehrere öffentliche Gebäude unter großen Kosten außen an (z. B. Hamburg — Washington nur das Kapitol — u. a.). Diese Beleuchtung hat unstreitig etwas Festliches. Sie sollte daher nur für Festtage verwendet werden, seien es nun Lichtfeste (eine neue Errungenschaft! — wir haben ja so wenig Feste!) oder besondere Anlässe, wie Tagungen fremder Vereine, denen man die öffentlichen oder besonders charakteristischen Gebäude der Stadt leicht auffindbar und eindringlich vorführen möchte.

Das Himmelsschreiben ist vorerst noch so teuer, daß wir nicht befürchten brauchen, daß der Himmel voll — nicht Baßgeigen —, sondern Persil, Erdal u. dgl. hängt.

In manchen Großstädten sind in Hauptstraßen die Laternenpfähle oder Lichtmasten mit Reklame versehen. Auch das ist widersinnig, weil jeder ruhige Hintergrund fehlt, auf der die Reklame wirken könnte.

Man hat zwar in einer badischen Großstadt versucht, derartige Reklame (zugleich Leuchtkästen) durch gleiches Format und Anbringen in gleicher Höhe zu ordnen. Die Überfülle der Schilder stumpft aber auch hier ab. Wenn man durch die mit herrlichen Bäumen besetzte Promenade geht, an deren Rande die mit Lichtkästen versehenen Licht- oder elektrischen Masten stehen, so verwirrt das bunte Nebeneinander der Schilder bei Tage, und bei Nacht wird der Wert der Promenade herabgedrückt, die vorher im einfarbigen, hoch in den Wipfeln sitzenden Lichte stets besondere Reize im hellen und dunkeln Grün des Laubes der Bäume ausübte und für das Auge eine wohltuende Erholung vom Getriebe der Großstadt bot. Da wir schon in einer Allee wandeln, so wollen wir uns weiter in den Stadtpark oder in die Anlagen begeben oder einen Spaziergang durch die Fluren und Wälder machen, die unsere Stadt umgeben. Hier möchten wir schon der Erholung wegen von Reklame völlig verschont bleiben. Auch im vielgepriesenen Amerika ist das etwas Selbstverständliches, daß in den großen Parks nichts von Reklame zu sehen ist, und übrigens auch nicht viel in der Landschaft.

Jedermann wird es verstehen, daß die Reklame in Dorf und Stadt umso eindringlicher wirkt, je weniger sie in der Landschaft auftritt.

Wir werden sonst zu sehr abgestumpft, nicht nur gegen die Reklame, sondern auch gegen die Schönheiten unserer deutschen und insbesondere unserer herrlichen, so abwechslungsreichen badischen Landschaft. Dr. W. Lindner, der Geschäftsführer des Deutschen Bundes für Heimatschutz, sagt mit Recht:

man soll Landschaftsreklame nicht von Polizei wegen, sondern aus freiem Willen beseitigen.

Findige Köpfe sind auf den Gedanken gekommen, auch die Telegraphenstangen und schließlich die Stämme der Waldbäume mit Emailschildern zu benageln, damit ja alle Möglichkeiten der Reklame ausgenützt sind. Derartige Auswüchse der Reklame sind widerwärtig.

Man hat mit Polizeigewalt die Reklame zum mindesten von den „landschaftlich hervorragenden Gegenden" fernhalten wollen. Wer will sich anmaßen, Abstufungen im Wert der Landschaft festzusetzen? Gelten denen, die in einer weniger romantischen Gegend leben müssen, nicht ihr Wald, ihre Felder mindestens ebensoviel als jenen, die aus der romantischen Gegend, als Luftkurorte u. dgl., einen Erwerb ableiten können? Haben nicht unsere Maler noch in jeder Landschaft ihre besonderen Reize entdeckt und dem Laien verständlich zu machen verstanden? Darum weg mit den Schildern und Reklametafeln in der freien Landschaft.

Eine Ausnahme kann im Interesse der Geschäftswelt am Eingang von großen Städten gemacht werden, wo entlang der Bahnlinie mit Vorliebe Schilder auf Holztafeln aufgemalt werden, die auf Pfählen befestigt sind, sogenannte Pfahlschilder. Viel Erfolg traue ich dieser Art Reklame allerdings nicht zu. Sie zeigt dem Reisenden nur an, daß er bald in der oder jener großen Stadt einfährt. Ich bezweifle, daß auf Grund solcher Schilder irgend jemand in der betreffenden Stadt Einkäufe macht oder ein Hotel nur deshalb aufsucht, weil er dessen Name im Vorübergehen auf einem Schild gelesen hat. Im Gegenteil, gute Hotels machen selten derartige Reklame. Man kennt sie allgemein. Sie haben das nicht nötig. Häufen sich die Pfahlschilder etwa der Bahnlinie entlang, so sind sie zu ordnen, also eine einheitliche Größe tunlichst festzusetzen, und die Anzahl so zu beschränken, daß eine Gesamtwirkung noch übrigbleibt. Vor allem als Überleitung von Industriegebieten in die freie Landschaft können derartige Pfahlschilder entlang der Bahn bei guter Ordnung ordentlich aussehen. Damit haben wir bereits einen Teil der

Eisenbahnreklame

behandelt. Auf freier Strecke sollte man diese Schilder aber nicht zulassen. Selbst wenn im Einzelfalle, an einem Waldrand z. B., frei auf Drahtgitter gesetzte Buchstaben nicht unschön wirken, so raten wir doch davon ab, weil es zu schwer ist, an anderen, weniger geeigneten Orten nein zu sagen, oder die Zahl zu beschränken, sobald man auf freier Strecke Pfahlschilder oder Buchstaben auf Gittern einmal zugelassen hat.

Auch das Häufen der Emailschilder an den Gartengeländern anschließend an die Stationsgebäude ist wahrlich keine Zierde, weder für die Bahn noch für den Ort. Sprechen besondere Gründe für deren Zulassung, so bringe man die Schilder geordnet an einer besonderen Tafel an. Die Reichsbahnverwaltung (lange vorher übrigens die italienischen Staatsbahnen) hat Wettbewerbe unter den Stationsämtern ausgeschrieben für die schönsten Anlagen bei Bahnhöfen. Unstreitig ist der Gedanke ausgezeichnet. Eine wohlgepflegte Anlage neben dem Stationsgebäude, in

der man schattig sitzen und auf den Zug warten kann, oder die man mit Freuden bewundert, wenn der Zug einige Sekunden hält, wirbt für die Reichsbahn. Um so mehr sollte diese aber darauf bedacht sein, gerade in kleinen Bahnhöfen die Reklame zu ordnen und auf ein erträgliches Maß einzuschränken.

Zum Lobe der amerikanischen (durchweg privaten) Eisenbahngesellschaften muß gesagt werden, daß in den prachtvollen Bahnhöfen (von Neuyork, Washington, Detroit, Toronto usw.), die mit zu den schönsten Bauten der neuen Welt zählen, überhaupt keine Reklame zugelassen ist, ebensowenig wie in den Zügen oder Speisewagen. Das fällt angenehm auf. Man verzichtet lieber auf die Einnahmen aus der Reklame, die, richtig gerechnet (Verwaltungsaufwand!), wohl nicht so hoch sind, als man gemeinhin glaubt, und wirbt durch die Schönheit und Majestät der Bauwerke für das eigene Unternehmen. Auch die deutsche Reichspost ist etwas von der kurz nach Kriegsende aufgenommenen übertrieben starken Reklame abgerückt, um die Würde des Unternehmens auch nach außen aufrechtzuerhalten. Ebenso haben viele Städte ihre Straßenbahnwagen wieder von dem Zuviel an Schildern namentlich am Äußeren bereinigt, nachdem man eingesehen hat, daß das ein leichtes Zurechtfinden erschwert.

In unseren großen Bahnhöfen hat die Verwaltung überall die Reklame meist vorbildlich geordnet, wenn sie auch teilweise zu reichlich auftritt. Die Gemeinden sollten nur in der Reklame, deren man beim Verlassen der Bahnhöfe gewahr wird, dieselbe Sorgfalt wie die Bahnverwaltung walten lassen und die Bahnverwaltung sollte ihre Zäune von den wild aufgeschraubten Blechschildern bei den Stationsgebäuden säubern.

Wer, statt die Bahn zu benützen, zu Fuß wandert, richtet sich nach den

Wegweisern.

Daß auch hierin gesündigt wird, zeigt eine Tafel unseres Bildanhanges. Auch diese müssen geordnet angebracht und sollen nicht mit Reklameschildern vermengt werden. Es genügen kleine Tafeln mit niederer Schrift, so daß man mehr Zeilen beschreiben kann. In der Nähe von Freiburg sieht man hierin vorbildliche Größen. Sehr erfreulich sind Wegweiser mit künstlerischer Verzierung, die von den Bildschnitzern im Schwarzwald (Furtwangen) gefertigt werden, die hierdurch zugleich ihre Geschicklichkeit und Kunstsinn dem Wanderer anzeigen, der sich dann gerne entschließt, auch eine Probe davon mit nach Hause zu nehmen. Das sind aber Sonderheiten einer bestimmten Gegend, in der eben diese Industrie zu Hause ist. Sie lassen sich nicht auf fremden Boden künstlich verpflanzen. Es gibt Wegkreuzungen, an denen man vor lauter Schilder nicht weiß, wo man nun hingehen soll. Unsere Forstleute mögen hierauf auch ihr Augenmerk richten.

Das schlimmste Kapitel im Reklameunwesen sind heute die vielen Verkehrsschilder, Tankzapfstellen u. dgl., die zum Teil keine eigentliche Reklame beabsichtigen, aber im Hinblick auf das Orts- und Landschaftsbild oft eine noch schlimmere Wirkung ausüben als schlechte Reklame.

Verkehrsschilder

sind nötig und müssen auffallen. Unsere landesüblichen emaillierten Blechschilder in Gestalt einer Scheibe, durch die ein Pfeil dringt, mögen für eine Großstadt eben noch am Platze sein. An allen übrigen Orten fallen diese aber unangenehm auf. Es ist nicht ersichtlich, wozu außer der kreisförmigen Scheibe noch ein Pfeil treten muß, der zudem immer in den Boden zeigt, wohin die Autos doch unmöglich fahren können! Vorbildlich hat die Schweiz diese Schilder aus-

geführt, indem sie nur eine Scheibe verwendet und statt roter Farbe viel Blau anwendet. Eine rote Scheibe mit weißem Querbalken bedeutet dorten gesperrt. Es wäre zu wünschen, daß unsere Städte und Ortschaften nicht die übergroßen Pfeilschilder verwenden, sondern auch nur runde Scheiben mit den entsprechenden schwarzen Punkten. Wenn in großen Städten noch erläuternde Beischrift auf der Fahne des Pfeiles sitzt, so weiß jeder Autofahrer gut Bescheid. Im übrigen könnte man ja jedem mit dem Führerschein eine Karte aushändigen, auf der alle Zeichen erläutert sind. Dann würden wenigstens die unsinnigen Pfeile wegfallen. Der rote Rand ist auch nicht überall erforderlich. P auf weißer Scheibe wird ebensogut als Parken verstanden werden, als wenn noch ein breiter roter Rand darumgezogen ist.

Blau fällt weniger auf als Rot. Den Autolenker kann man an jedes Format oder jede Gestalt von Scheiben gewöhnen. Auch im

Anstrich der Zapfstellen

ist die Schweiz vorbildlich vorangegangen, um ihr schönes Land vor Verunstaltungen zu bewahren. An vielen Orten werden aus diesem Grunde nur bewegliche Karren verwendet, die man bei Bedarf aus dem Hofe herausschiebt.

In anderen Gegenden sind sämtliche Zapfständer bis auf den Kopf grün oder blau gestrichen. Diese beiden Farben knallen nicht aus der Umgebung heraus. Im Aufsatz ist noch genug Platz für die Fabrikmarke anzubringen. Der Autolenker fährt ja auch keine Fußgänger um, die doch meist in Grau gekleidet sind, dann sieht er auch Zapfständer in grüner oder blauer Farbe, wenn er Benzin nötig hat. In manchen Gegenden der Schweiz hat man zum mindesten den Sockel grün gestrichen. Wenn es in der viel und von Angehörigen aller Nationen besuchten Schweiz geht, so sollte diese Regelung auch bei uns möglich sein. Sie ist allen Gemeinden und Bezirken zu empfehlen, die ihre landschaftlichen Schönheiten auf den durchfahrenden Fremden wie auf den Einheimischen eindringlich wirken lassen wollen.

Es ist kaum zu glauben, wie sehr diese einfachen Maßnahmen (einfache Verkehrsschilder und grün- oder blaugestrichene Tanksäulen) in der Schweiz dazu beigetragen haben, das Orts- und Landschaftsbild angenehm zu gestalten. Viele unserer Landsleute, die einen Sinn für Heimatschutz haben, sprechen gerne davon, wie gut in dieser Hinsicht alles in der Schweiz geregelt sei. Man dulde dort überhaupt nichts Derartiges. Sie fühlten die Wirkung, wurden sich aber über die Ursache nicht klar. Deshalb fordern wir im Interesse des Heimatschutzes, daß auch bei uns

Benzinzapfständer dunkelgrün oder dunkelblau gestrichen werden und nur die Fabrikmarke auf dem Kopf des Ständers in beliebiger Farbe aufgesetzt wird. Weiter ist grundsätzlich nur ein Reklamezeichen oder eine Schrift an jedem Zapfständer zuzulassen.

Man kann gerade bei Shell-Ständern, die ohnedies die grellste Farbgebung gewählt haben, beobachten, daß vier und fünf Schilder in verschiedenen Formen dicht beieinander aufgemacht sind. Die Gesellschaft verdient offenbar so viel, daß sie für Reklame ein Mehrfaches ausgeben kann als ihre Konkurrenten. Das sollte nicht zugelassen werden. Meist genügt eine Weisung des Bürgermeisters, wo er nicht durchdringt, wird das zuständige Bezirksamt gerne Abhilfe schaffen. Derartige Scheußlichkeiten mögen im Ursprungsort der Firma gang und gäbe sein. Wir in Deutschland verbitten uns das, weil wir hierin mehr Kultur und Schönheitssinn haben. Es gibt Städte, an deren Zufahrtsstraßen sämtliche Vertreter von Autowerken große Pfahlschilder aufgestellt haben. In anderen sieht man im Abstande

von 20 Metern jeweils ein großes Pfahlschild, auf dem nur zu lesen ist, daß jetzt gleich der Benzinzapfständer kommt. Das geht zu weit.

Wie oben schon erwähnt, sollen die verschiedenen Zapfstellen am Eingange eines Ortes auf einem gemeinsamen Schilde angezeigt werden, wenn es überhaupt nötig erscheint, eine solche Anzeige zu machen. In einer Amtsstadt von etwa 4000 Einwohnern zählte ich 18! verschiedene Tankstellen. Im allgemeinen dürften die Gemeinden mit der Zulassung solcher Tankplätze zurückhaltender sein. Denn schließlich ist es besser, vier Unternehmen verdienen etwas als 18 klagen mit Recht über schlechten Geschäftsgang.

In größeren Städten beginnen die Lieferfirmen von Betriebsstoffen für Autos

Tankanlagen in Hausform

anzulegen. Die Autos können unter ein Dach fahren und dort bei jedem Wetter Betriebsstoff verschiedenster Art einnehmen. Diese Häuschen sind im Interesse der Autofahrer sehr zu begrüßen. Man findet auch recht gute Beispiele dafür (so z. B. eines unmittelbar am Hauptbahnhof in Karlsruhe). Nur müssen die Plätze für Aufstellung solcher Häuschen sorgfältig ausgesucht sein. Es geht nicht an, daß jede gärtnerische Anlage, jeder schöne Platz in einem ausgesprochenen Wohngebiet mit derartigen Häuschen versehen wird. Die Angrenzer wehren sich mit Recht ebenso hiergegen wie die Vertreter des Heimatschutzes. An Ortseingängen entlang der Landstraße gibt es reichlich geeignete Plätze für derartige Bauwerke, so daß man billigerweise verlangen kann, daß auch die Firmen Rücksicht auf das Ortsbild nehmen.

In größeren Städten beginnen Unternehmungen, die Haltestellen der Straßenbahn oder Autobusse mit Lichtsäulen zu besetzen, deren Glasflächen zu Reklamezwecken vermietet werden. An die über mannshohen rechteckigen Ständer werden dann die Fahrtlinien als schmale Schilder oben angehängt oder aufgemalt. In Großstädten mit starkem Verkehr erleichtern diese Ständer das Auffinden der Haltestellen, wenn ihr oberes Ende so gestaltet ist, daß jedermann sofort das Zeichen sieht. Leider ist das selten anzutreffen. Als oberes Ende müßte etwa eine beleuchtete Kugel verwendet werden mit der Nummer der Linie. Weiter sollte die Reklame tunlichst einfarbig gehalten sein, also so, daß alle Glasplatten in einer Farbe erstrahlen, aus denen die Schrift in Weiß oder Gelblich vorleuchtet. Es gibt heute viele Farben, die gerade im Durchscheinen des Lichtes eine ungeheuer anziehende Wirkung haben. Solche Töne verwende man mit Vorteil.

Wenn die Säulen aber mit Plakaten in allen Farben und Formen erstrahlen, so ist ihr eigentlicher Zweck, den Verkehr mit der Straßenbahn zu regeln, untergraben oder aufgehoben. Die Buntheit hält ab, das Einzelne zu lesen.

Auch hier gilt der Satz, den wir zum Schlusse jedem Geschäftsmann zur Beachtung empfehlen möchten:

Je vornehmer eine Reklame gehalten ist, desto eindringlicher und anhaltender wird ihre Wirkung sein.

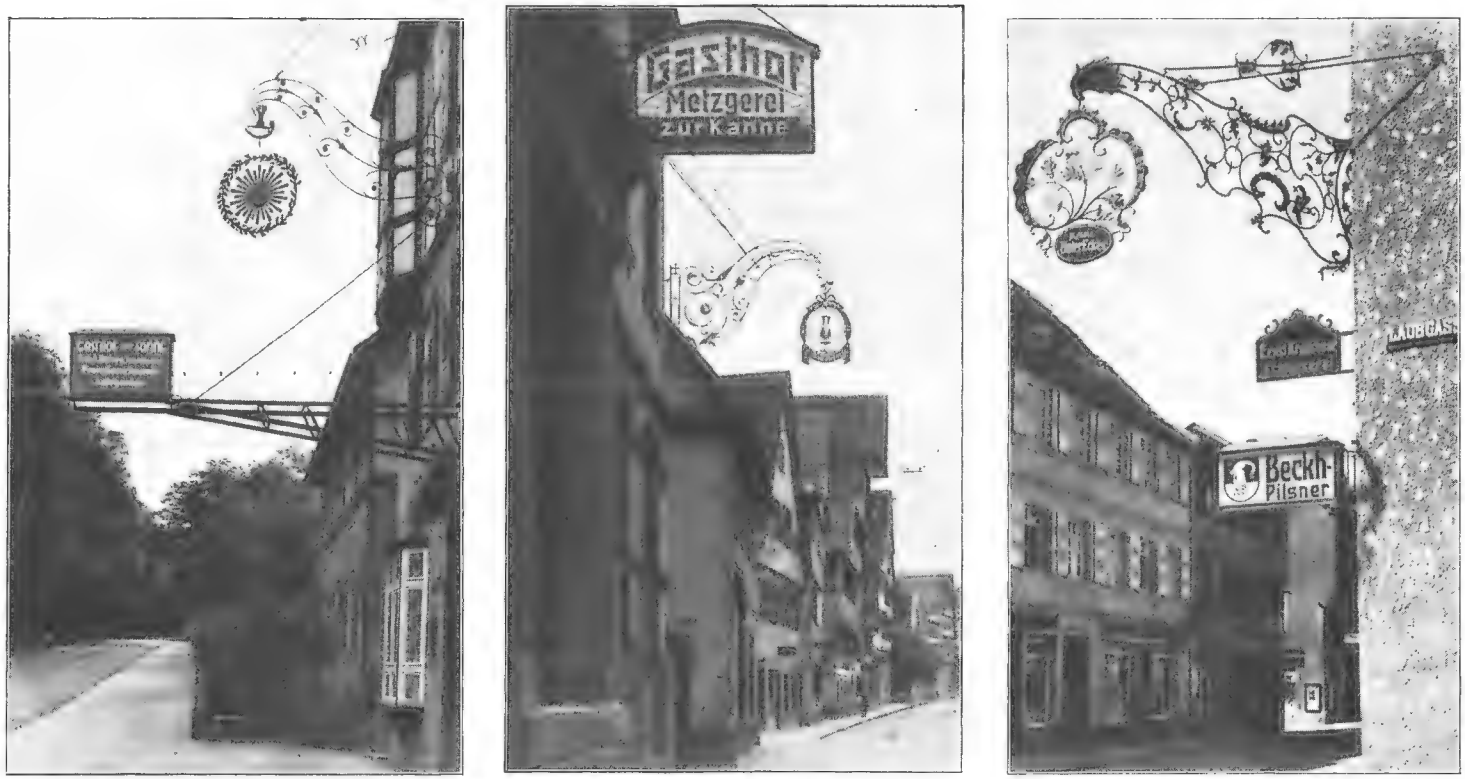
Die nachfolgenden Abbildungen sind uns in dankenswerter Weise überlassen worden vom Verfasser, vom Städt. Hochbauamt, Freiburg i. Br. und Karlsruhe, vom Bauprüfungs- und Bauplegeamt, Mannheim, von Baumgartner (Freiburg i. Br.), A. Binder (Karlsruhe), K. Gärtner (Ziegelhausen), Gottmann (Heidelberg), Heer (Tauberbischofsheim), Kratt (Karlsruhe), Kuban (Staufen), H. Loffen (Heidelberg), Karl Müller (Pforzheim) ist mit mehreren Aufnahmen vertreten.

Von schlechter, moderner Reklame noch unberührte Ortsbilder.
Oben: Hauptstraße in Staufen. Man beachte die ruhige Wirkung des Straßenbildes.
Unten: Kirchhofen. Der Blumenschmuck am Gasthaus wirkt anziehender als das größte Plakat.

Gute, alte Reklame (Wahrzeichen).

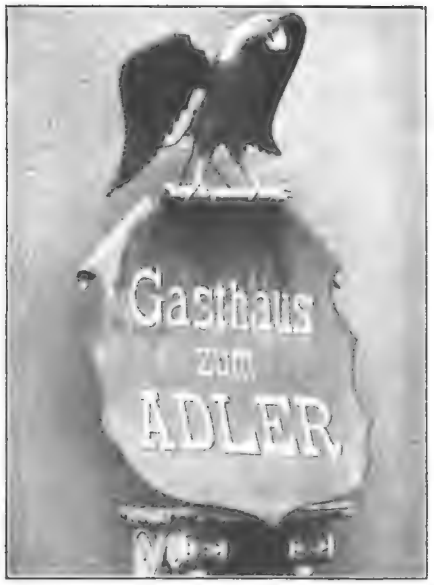
Die Schilder zeigen zugleich die Kunstfertigkeit des Handwerks und fordern durch die reichhaltige Form zum Stehenbleiben und schließlich zum Eintreten auf.

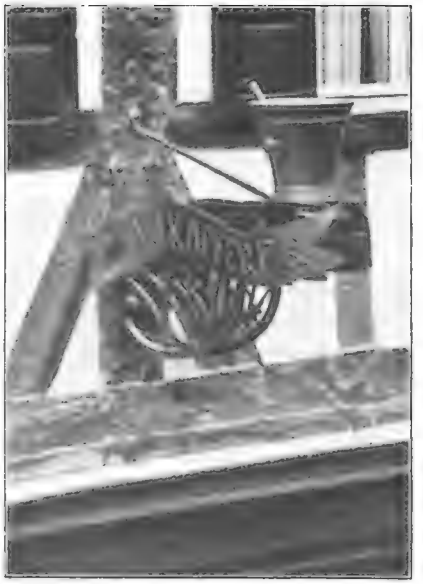
Derartige Wahrzeichen können auch heute noch in einfacher Form, modernem Empfinden entsprechend, mit Erfolg angebracht werden. Ein gutgearbeitetes Lamm, Schwan u. dergl. auf einfachen Sockel gestellt, der auch nach Art eines Lichtkastens beleuchtet werden kann, wirken anziehender und schöner als ein Schriftschild.



Alte, kunstvolle Wahrzeichen als Wirtshausschilder: Sonne, Kanne, Laub.

Dabei moderne, schlechte Lichtkastenreklame. Im ersten Bilde sind die schmiedeeisernen Tragarme häßlich und zu lang, im zweiten ist die Größe und die Schrifteinteilung zu beanstanden, beim dritten fehlt am Lichtkasten der Hinweis auf das Laub. Eine beleuchtete Glasglocke mit der Aufschrift Kanne, Sonne wären die beste Lösung gewesen.





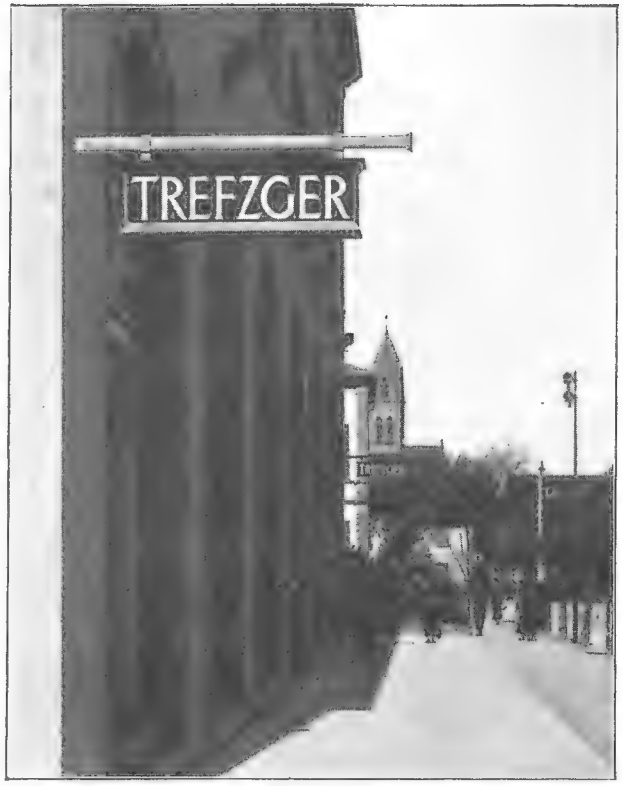
Wahrzeichen als gute Reklameschilder.

Oben: Adler in Ziegelhausen. In der engen Straße ist ein Vorstehschild unmöglich; man hat sich in vorbildlicher Weise geholfen.

Unten: Vorstehschild in Mosbach. In dem Band über der Schrift sitzen verdeckt Glühlampen, die das Schild nachts erhellen.

Oben: Modernes Schild an einer Drogerie in Mosbach.

Unten: Modernes Schild für ein Kaffee in Mosbach. Unter der Platte sitzen elektrische Lampen, welche die Schrift bei Nacht erhellen.



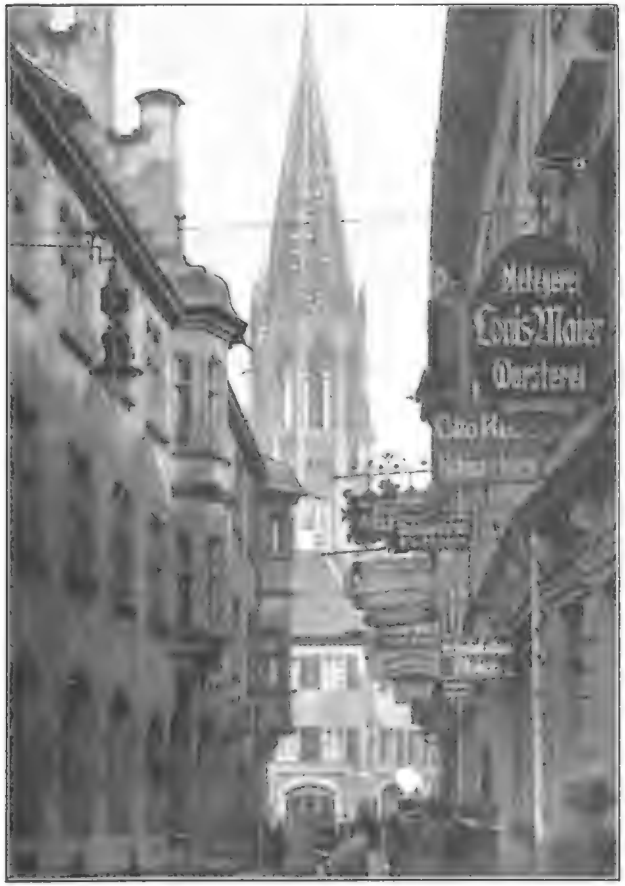
Gute, moderne Lichtkastenreklame.

Der Lichtkasten wirkt in seiner Klarheit packend und gut.

Die behäbige Form des Lichtkastens paßt gut zum Stil des Hauses.

Gute, moderne Reklame.

Links: Schuhmacherei Büttner, guter Lichtkasten. Das Bild zeigt aber, daß die ungeordneten und gehäuften Schilder in ihrer Wirkung sich gegenseitig aufheben.
Mitte: Gute, klare Schrift, die klare Form des Schildes fällt wohltuend auf gegen die überladene Architektur des Hauses und des Briefkastens.
Rechts: Guter Lichtkasten. Der treffende Wortlaut und die klare Schrift fallen angenehm auf.



Überfüllung des Straßenbildes mit Vorstehschildern, dazu im Blickfeld auf hervorragende Baudenkmäler.

Links: Man beachte wie gut die linke Bildhälfte ohne Schilder wirkt.

Rechts: Verheerende Wirkung übereinander angebrachter Schilder.

Vereinigung eines Hauses von schlechter Reklame.

Links: Haus Liebhold, einst übersät mit Schriftreklame. Rechts: Dasselbe jetzt nach der Beratung durch das Bauberatungsamt Mannheim und nach Vereinigung der Schriften.

Gute Geschäftsreklame in einer Großstadt.

Links: Deutliche Schrift auf ruhigem Hintergrund, darunter bescheidener Lichtkasten, durch eindrucksvolle Zeichnung wirkend. Architektur ganz schlicht.
Rechts: Zwei Geschosse mit Travertinplatten bekleidet. Lichtkasten mit einfacher Schrift an bedeutender Stelle.

Gute Geschäftsreklame.

Oben: Metzgerei. Schrift über dem Erdgeschoß in Metallbuchstaben. Erdgeschoß in Vorsatzbeton. Markise unter die Stockgurte eingelassen!

Unten: Erdgeschoß mit Travertinplatten bekleidet, unter der Schrift ein bei Nacht erhelltes Lichtband.

Zaunreklame, die immer ſchlecht wirkt.

Oben: 24 Blechſchilder am Gartenzaun neben einem Laden (darunter 6 gleiche Erbalplakate).

Das Gebäude iſt bis auf einen Schild an der Ladentür noch frei von Blechſchildern. Die Schrift auf dem Schaufenſter ſtört den Einblick in die Auslage. Man halte den Vorgarten ſtets gefüllt mit Sträuchern oder Blumen, ſo wirkt er empfehlender, als wenn ſein Zaun mit Blechſchildern behängt iſt.

Unten: Alles mit Schildern überſät. Zweimal „Parken verboten", einmal Parken (geſtattet). Ein Shell-Zapfſtänder. Am Zaun zwei, in Form, Größe und Schrift verſchiedene ſchlechte Bilder. Am Haus und über dem Vorgarteneingang noch einmal Reklame für das gleiche Hotel.

Die Bilder zeigen, daß jedem Geſchäft nur ein Schild als Reklame zuzulaſſen iſt. Derartige grauenvolle Häufung von Plakaten iſt gerade in Kurorten keine Seltenheit, ſie ladet aber nicht zum Verweilen ein, da ſie dem Beſucher die „Fremdeninduſtrie" allzu deutlich vor Augen führt.

Zerstörung des Landschaftsbildes durch Pfahlreklame.

Oben: Die Schilder zweier Autovertretungen verschandeln die Landschaft.

Mitte: Dieselben Vertretungen an anderer Stelle, mit Dapolin- und Standard-Reklame.

Links: Reklame für Restaurant, Pension, Friseur, Schneider, 2 Wegweiser und amtliche Verkündigungstafel verschandeln die Landschaft.

Wilde, ungeordnete Reklame. Oben: Streckenreklame an der Bahnlinie. Jedes Plakat andere Größe und Stil. Mitte: Typischer Bahnübergang am Ortseingang, verunstaltet durch 3 übergroße Schilder. Erforderlich nur Aufschrift „Dapolin" neben Zapfständer und „Kohlenhändler Frey" am Zaun seines Lagers. Unten: Ungeordnete Schrifttafeln im Walde. Am Baumstamm 2 Wegweiser, Reklame für 2 Gasthäuser, 1 Anschlagtafel und mehr. Daneben ähnliche Unordnung mit Wegweisern und Plakaten.

Verunstaltung der Straßenbilder durch Giebelreklame. (Bilder, die keiner Erläuterung bedürfen.)

Häufung schlechter Reklame.

An beiden Häusern sitzen Lichtreklamekasten, die im Verhältnis zum Haus viel zu groß sind. Gut ist das Schild „Rudolf Barber". Dieses allein hätte genügt und bei richtiger Einpassung in die Architektur stärker gewirkt als beide Kasten zusammen.

Die Buchstabenkasten einer intermittierenden Lichtschrift verschandeln das Straßenbild. Der am rechten Bildrand zwischen den Balkonen angebrachte Lichtreklamekasten ist im Verhältnis zum Haus viel zu groß.

Gute Großstadt-Reklame. Oben: Klare Schrift auf ruhigem Grund (Schrift an der Ecke bliebe besser weg). Unten: Hoteleingang, Lichtkasten als Wetterschutz, dabei klares Wahrzeichen.

Gute, moderne Industrie-Reklame.

Oben: Zigarrenfabrik. Die Reklame wirkt durch gute Architektur, an der nur eine klare Schrift angebracht ist.

Unten: Baulücke, vorübergehend als Verkaufslokal für Herde und Ofen hergerichtet. Metallrahmen in Bronze. Die helle Schrift leuchtet bei Nacht. (Das Beispiel ist nur für eine Großstadt verwendbar.)

Gute Großstadtreklame bei Tag und bei Nacht.

Oben: Lichtbuchstaben auf Platten aus edlem Gestein aufgesetzt. Klare, gutverteilte Schrift.

Das Beispiel zeigt, wie eine aus einzelnen Buchstaben bestehende Schrift auch bei schmalen Flächen wirkungsvoll angebracht werden kann. Ein Schild in Emaille oder Glas hätte den Sockel des Hauses an dieser Stelle völlig unterbrochen, so daß ein architektonisch unangenehmer Eindruck entstanden wäre.

Unten: Dasselbe bei Nacht. Das weiße Lichtband über den Schaufenstern unterstreicht die Schrift. Zugleich ist so die verdeckt liegende Schaufensterbeleuchtung für Reklame ausgenützt. Ohne dieses Band würde die Auslage stärker wirken.

Lichtfestreklame. Rathaus in Mannheim durch Scheinwerfer sehr gut in Wirkung gebracht. Kaufhaus durch Betonen des architekt. Gerippes ungleich schöner als bei Tage. Lichtfeste sollen wie Feiertage nur selten auftreten.

Redensarten und Vergleiche aus dem Markgräflerland

Von Karl Herbster, Lörrach.

Voll satter Farben und Gerüche, wie ein Bauerngarten, in dem sich der Duft der Blumen mit denen des nahen Stalls und der ländlichen Küche mischt, so ist die Sprache des werktätigen Volkes, versteckt und heimlich und wieder voll toller Launen und Sprünge wie der Bergbach, der bald ins Erlengebüsch seiner Ufer sich verschlüpft, bald in kühnem Anlauf Hindernisse überfällt oder in Windungen sie umgeht. Hebel war diese Sprache vertraut, und er hat sie in ihrer Bildhaftigkeit gemeistert; in den alemannischen Gedichten wie in den Erzählungen des Rheinländischen Hausfreunds finden sich Ausdrücke und Wendungen, die der Volkssprache abgelauscht, ja vielleicht erst seither von ihr übernommen worden sind. Wenn heute eine lustige Gesellschaft im „Adler" oder „Schwanen" sitzt und Wein bestellt aus dem Faß, wo d'Chatz druf hockt", denkt wohl keiner daran, daß schon der Jobbi in „Lange Kriegsfuhr" eine Halbe dieser Sorte von seinem Meister verlangt hat; oder ist etwa die Katze schon vor Jobbis Zeiten auf dem Faß Laufener hinter der Brotbahre gesessen? Im „Statthalter von Schopfheim" läßt der Dichter den Räuberhauptmann Fridli sagen: „Eleli, du hesch 's letzt im Räf" (Sütterlin, Zeile 120) und meint damit, der Bauer müsse bald sterben, wie das Stück Vieh, das das letzte Futter aus der Raufe zieht, bevor es geschlachtet wird. Daß schon vor Hebel das Verhältnis weitläufiger Verwandtschaft durch den Ausdruck „vo sibe Suppe e Tünkli" — Stoskopf sagt „vo niin Schiire e Latte" — bezeichnet worden ist, darf wohl angenommen werden; ob sich aber diese Redensart ohne den Basler im „Geisterbesuch auf dem Feldberg" bis heute erhalten hätte? „Dunkis" nennt man zwar in Kandern den Bürgerausschuß; wohl deshalb, weil die Stadtverordneten zu den Vorlagen des Stadtrats ihren Senf geben, wie beim Abendessen jedes Familienmitglied seinen Kartoffelschnitz im „Dunkis", einem Gemisch von Essig, Öl und Zwiebeln, würzt. Auch heute, wo doch die fortschreitende Industrialisierung und Technisierung in ihrem Flachland den muntern Bergbach immer mehr in verschalte und betonierte Ufer zwingt, hat er seine übermütigen Sprünge und stillen Hinterwässerchen nicht vergessen. Immer noch, „wo dy lieblichen Odem wäiht, färbt si der Rase" des Alltags „grüener rechts un links". Gehen wir ein Stückchen an seinem Ufer hin!

Zwei alte Freunde begegnen sich nach langen Jahren wieder. „Du bisch emol schimmlig worde!" konstatiert der eine; „i glaub, de schlofsch anere füechte Wand". „Jo, jo," erwidert der Angeredete, „un du schiints inere churze Bettlade," denn man sieht kaum mehr, ob einst „Bohnestecke" oder Locken das Haupt des Spötters gekrönt haben, das heute eine mächtige Glatze ziert. Rote Haare werden nicht hoch gewertet, denn „Roti Hoor und Erleholz wachse selte use me guete Bode," was der Besitzer solchen Haares mit dem Gegenhieb pariert: „Roti Hoor sin rar, schwarzi het jede Nar." Daß minderwertiges Holz nicht nur auf schlechtem Grunde steht, sondern daß oft auf Boden erster Bonität rotfaule Schäfte wachsen, spricht der Erfahrungssatz in den verallgemeinernden Worten aus: „Pfarrers Chinder und Müllers Chüe gedeihe selte oder nie." In der Heiligen Schrift steht geschrieben, daß es den Seinen der Herr im Schlafe gibt; der Markgräfler weiß dies auch, drückt es aber unter Beimischung bewundernden Neides durch die Worte aus: „Dem mueß der Holzschlegel (Holzaxt) uf der Bühni (Speicher)

chalbere" (kalben), oder: „Je größer d'Chue, desto größer 's Glück" und fügt etwa in fauler, sich selbst und seine Nichtsnutzigkeit schonender Resignation hinzu: „Wer halt unter der Chripfe (Krippe) geboren isch, chunnt nit in d'Bahre" (Raufe). Bei Verlusten ist der und jener im Zorn und Ärger bei der Hand, auch das daranzugeben, was ihm noch geblieben ist, indem er sagt: „Het der Teufel d'Geiß gholt, fe soller der Bock au no ha." Wer solche Grundsätze hat, bei dem wird es einmal heißen: „Dolysch, Baumöl, mit samt em Gütterli", und mancher, dem früher alle Welt „z' Hof gritten isch", muß später „d'Milch abegee". — Nicht alles läßt sich vor allen Ohren besprechen und verhandeln, und wenn „e Chachle (Kachel) z'viel am Ofenisch", schweigt man besser; denn schon oft hat einer, der zu viel war, nachher „Hueste in d'Milchgmacht" und die fein gesponnenen Pläne verdorben. — Der Feldmarschall Albrecht von Wallenstein wollte bekanntlich Stralsund nehmen, und wenn es mit Ketten an den Himmel geschmiedet wäre. Hätte er einen Markgräfler als Adjutanten gehabt, so hätte dieser wohl gewarnt und gesagt: „Gestatten, Exzellenz, aber in meiner Heimat geht das Wort: „Wenn's nit will, derno taget's nit, und wemme der blutt Hintere zuem Fenster uuse streckt." Dann wäre wahrscheinlich „Heu gnueg dunte gsi", denn der Landsmann hätte mit seiner Weltweisheit „im Drecke Ohrfiige gee", und es hätte für ihn „gschellt" gehabt. Doch was tat's? „Mir sin au nit im Hund abem Wadel gheit" und „Chunnt der Tag, so bringt der Tag", galt schon im Dreißigjährigen Krieg und nicht erst im Zeitalter der Arbeitslosenversicherung. — Die Nachfahren Adams und Evas lassen sich seit Paradieses Zeiten einteilen in solche, die sich mehr dem holden Schein zuwenden, während den andern, wohl zahlreicheren, die Realitäten des Lebens wichtiger sind. Zu diesen gehört im allgemeinen auch der Markgräfler; denn ihm „isch's nit wege der Fasnecht, nei, wege de Chüechli" Sollte aber jemand kein Freund von „Chüechli" sein, je nun, „'s isch numme für die, wo wänn", und schließlich munden auch „Pasteetli, Strüübli, Fleisch und Fisch un Tärtli un Makrone" nimmer, denn „wenn d' Muus voll isch, isch's Mehl bitter". — Die wirtschaftlich begüterten alten Familien bildeten im Markgräflerland, wo es kaum einen Geburtsadel gab, von jeher die Aristokratie. Daß Besitz nach mehr Besitz strebt, sich zu erhalten sucht und anzieht, drücken Redensarten aus wie: „Wo viil isch, will viil hi"; „bii de riiche Lüte cha me spare lehre" (lernen); „die riiche Lüt sin alli mitenander verwandt". — Ist die züchtige Hausfrau, die ihrem ehelich angetrauten Mann eine strenge, aber gerechte Regierung darstellt, verreist, so wird von der Bank der Spötter mit ungalanter Bosheit festgestellt, der verwaiste Ehemann habe „ein Ripp ab". Dieser aber lernt jetzt erst schätzen, was er an seiner Eheliebstin hat, denn bei vielen Anforderungen des täglichen Lebens steht er da, „wie 's Chind im Dreck", und wenn die Stunde des Wiedersehens gekommen ist, fließen auf beiden Seiten Tränen, obwohl keiner der Kontrahenten „nooch ans Wasser baut het".

Von urwüchsiger Kraft und grotesker Komik sind die Vergleiche, die der Volkssprache zur Charakterisierung der Beschaffenheit und der Art und Weise zur Verfügung stehen. Ein Pfahl scheint morsch und wackelig, steht aber bei näherem Zusehen noch „fest wie Hünige" (ehemalige Festung Hüningen im Elsaß) und wird daher nicht entfernt, sondern erhält höchstens einen „Vikari", eine Stütze. — Sitzt jemand breit und faul an seinem Platz, so heißt es: „Er hockt do wie d'Chrott uffem Düüchel" oder „wie e Pfund Schnitz". „Düüchel" sind der Länge nach durchbohrte Forlenstämme, wie sie früher als Brunn- und Wasserleitungsröhren verwendet und in besonderen „Düüchelweihern" bereit gehalten worden sind. —

Ein unordentlich befeſtigtes Bild „hangt do, wie der Schelm am Galge". — Es beginnt plötzlich zu regnen, die Magd nimmt in größter Eile die Wäſche vom Seil und bringt ſie herein „wie d' Chatz d' Muus". — Die Kinder haben geſpielt und alles durcheinander gemacht; dann ſieht es in der Stube aus „wie am jüngſte Tag z'Obe" oder „wie wenn's der Teufel mit Bürzle gunne hätt". — Eitelkeit und Putzſucht reizen den Vater zu Hohn und Spott. 's Marie ſteht vor dem Spiegel und betrachtet ſich im neuen Halstuch. „Wie ſtoht's mer, Vatter?" fragt es; „wie ere Sau e Sabel", lautet die ſchmeichelhafte Antwort. Jetzt iſt es aber „letz", und 's Marie „tuet wie 's Tier im Hag". Auch Leibesſchäden, ſofern ſie nicht Anſpruch auf Mitleid haben, entgehen boshaften Vergleichen nicht. Da hat einer einen Bruch „wie e Chirſichratte", eine Frau einen Kropf „wie e Batzlaib", und von einem Hinkenden heißt es ſogar: „Je chrümmer, deſto ſchlimmer". — Mancher findet nicht, was er holen ſoll; er iſt „blind, wie e Huehn vor Tag", ein anderer „het's im Griff, wie der Teufel d' Heere".

„Jetz iſch uus mit 's Scherers Chue; d' Bühni hangt am Uter" (Euter), d. h. in unſerem Fall: wir ſchließen unſere Leſe, indem wir von allzuderben und von erotiſchen Redensarten füglich abſehen. Wohl mag es ſcheinen, als ob wie die Originale im Volk, ſo auch die einer Landſchaft eigenen Redensarten ſeltener werden. Doch einſtweilen ſind ſie noch da und erfreuen den Freund bodenſtändigen Weſens. Auch hier gelten mutatis mutandis Hebels Verſe:

Drum merke ſi's ſelber ſchier,
un chömme zuem Pläſier
ufs Land un hole e friſche Muet.

Eine halbe Stunde in Dreiſtegen

Von Engelbert Krebs, Freiburg i. Br.

Dort, wo das Brennerloch mit dem Hexenloch und dem Altglashüttertal ſich zum oberen Wildgutachtal vereinigen, ungefähr in der Mitte zwiſchen St. Märgen und Neukirch, liegt an der Brücke das uralte, einſame Wirthaus „Dreiſtegen". Auf dem Wege dahin erzählte ich guten Freunden von meinen Erlebniſſen mit den Schwarzwälder Originalen, mit denen ich vor zweieinhalb und drei Jahrzehnten manchen Abend im „Rößle" in St. Märgen zuſammengeſeſſen bin, ihren Geſchichten zugehört, ihre Seltſamkeiten beſtaunt und ihre Lebensſchickſale an mir habe vorüberziehen laſſen. Damals lebte noch der Hiazynth Millinger, deſſen größte Sorge war, daß ſein Handwerkszeug — er war ein wandernder Schreiner — nach ſeinem Tod nicht in fremde Hände und er ſelbſt nicht noch vor dem Tod in die „Kreis- und Pflägi" komme; den einen Wunſch hat ihm der Herrgott erfüllt: ſein Handwerkszeug verbrannte mit einem Hof, auf dem er zuletzt gearbeitet hatte. Den anderen Wunſch aber ſcheint ihm das Schickſal verſagt zu haben, denn ich las eines Tages unter den in Freiburg Verſtorbenen den Namen Hiazynth Millinger aus St. Märgen, und ſo liegt die Vermutung nahe, daß er in der „Kreis- und Pflegeanſtalt" ſein Totenbettlein gefunden hat. Dieſer Hiazynth konnte aus ſeiner Jugend und ſeinen Wanderfahrten erzählen, daß es nicht einen Augenblick langweilig wurde, und wenn

man ihm dafür ein Kompliment machte, ſo ſagte er ſtolz: „Jo, ich kennt' au in d' Zeitung ſchreibe, dort unterm Strich, wo als ſteht: Feiledoni" (Feuilleton). Damals lebte noch der „Deckerwigli", der zum Gaudium und Schrecken der „Rößle"-Beſucher regelrechte irdene Teller anbiß, die Scherben zerkaute und Brenneſſeln und Eier mitſamt der Schale verzehrte. Damals geſchah es auch, daß wohl „der närrſcht Heiner" ſich einſtellte, ein „verbrennter Student", der bei den Bauern als Taglöhner auf den Höfen und als Muſikant im Wirtshaus aushalf: er hatte überhaupt keinen Zahn mehr im Mund und überraſchte gelegentlich die ihm bei Tiſch gegenüber Sitzenden damit, daß er plötzlich ſeine Naſe in den zahnloſen Mund ſteckte, das heißt, die Unterlippe über die Naſenſpitze ſtülpte, ein Anblick von ſo grotesker Häßlichkeit, daß es einem beinahe ſchlecht wurde vom Zuſchauen. Damals kamen gelegentlich die kleinen Neffen des Rößlewirts aus England auf Beſuch, „der Dſcharli und der Dſchoh" (Charley und Joe), und ſchlupften durch das Kapunzinerloch über dem Kachelofen aus der Wirtsſtube in die Schlafkammer hinauf, und wir älteren Semeſter probierten, ob wir auch noch durchkämen: „Wenn der Kopf durchkommt, rutſcht's 's ander ſcho nach", hieß es immer. Damals lebte noch „der Schimperſteffe", der gern von Anno achtundvierzig erzählte; und es lebte noch der „alt' Kloſchderſchnieder", der nachher der abgebrannten Kirche des Heimatortes einen im Keller eingemauerten Goldſchatz von 50 000 Mark hinterließ; damals lebte noch die erinnerungsreiche Albertine Albert, die von ihrem Großvater her Geſchichten aus der Napoleonszeit zu erzählen wußte. Und ſo weiter und ſo weiter. Ich erzählte den Freunden von all dieſen Originalen und ſagte: „Jetzt kehren wir in „Dreiſtegen" ein und trinken einen Kirſch. An dieſem Wirtshaus haften mir auch gar manche Erinnerungen aus alter Zeit."

Geſagt, getan! Und unverſehens ſollten meine Freunde mit mir an eine ähnliche Quelle heimatlicher Poeſie und Geſchichten geraten, wie ſie mir früher in St. Märgen zu ſprudeln pflegte. Und weil es auch für die Leſer der badiſchen Heimat von Intereſſe ſein dürfte, einmal zu hören, wie man Märchen und Volkserzählungen in ihrer Geburtsſtunde belauſchen kann, ſo will ich einfach berichten, wie es uns in „Dreiſtegen" in dieſer Abendſtunde gewachſen iſt.

Zwei Gäſte ſaßen in der ſchon dämmerigen Stube: ein freundlicher Mann mittleren Alters, und ein alter Graubart. Wir machten bei der Wirtin unſere Beſtellung, und alsbald fing der Alte an, uns zu unterhalten. Er komme heut trotz ſeiner achtundſiebenzig ſchon von einem Hof bei Nußbach ober Triberg und wolle heut nacht noch zum Hummelbauer zum Übernachten. Wir fragten ihn, wo er denn her ſei, und was er für ein Handwerk treibe. — Mir fiel der Hiazynth ein und ſein Wanderleben als Schreiner. Er ſei ein Schmied geweſen, antwortete der Alte, aber da er noch ein Geſell war, habe ihm der Meiſter aus Verſehen mit dem glühenden Eiſen die linke Hand getroffen, und ſeitdem ſei er ein Krüppel und Taglöhner. Die „Unfall" (Unfallverſicherung) hab's damals noch nicht gegeben, und obwohl er ſpäter zweimal nach Karlsruhe gereiſt ſei, um von der inzwiſchen gegründeten „Unfall" etwas herauszubekommen, ſo habe man ihm doch nie mehr gegeben, als das Reiſegeld zum wieder heimfahren. Wo er denn daheim ſei, fragten wir ihn. Da lachte er luſtig und zwinkerte mit ſeinem einen geſunden Aug — von dem anderen iſt ſpäter weiteres zu vermelden — und ſagte: „Ich bin ein „Dachtrauffſchwab", ich bin aus Schiltach." „Ja, was iſt denn das mit dem Dachtrauffſchwaben?" fragten wir. „Warum heißen denn die Schiltacher Dachtrauffſchwaben?" — Die Antwort lehrte uns ein Stück unbekannter badiſcher Geſchichte kennen, das ich allen Lehrern der Heimatgeſchichte dringend zur Nachprüfung und Weiterüberlieferung empfehlen möchte.

Der Alte erzählte: „Als ich noch in die Schule ging, hinten in Schiltach, wo Württemberg und Baden zuſammenſtoßen, da kamen eines Tages der König von Württemberg und der Großherzog von Baden in Schiltach zu Beſuch. Wir Schulkinder wurden alle hinter (!) dem Schulhaus zuſammen aufgeſtellt und mußten Hurra und Hoch rufen. Der König von Württemberg begrüßte den Großherzog und ſagte, indem er auf den Ort Schiltach hinwies: Gehört der Nachttopf da auch noch mir?“ — Der Großherzog lachte und antwortete: „Ja, der gehört Dir.“ Da machte der König eine großartige Handbewegung und ſagte majeſtätiſch: „Friedrich, den ſchenk ich Dir!“ — „Und ſo iſch Schiltach badiſch wore,“ ſchloß der Alte ſeine denkwürdige Erzählung.

Weil er aber nun einmal bei den Königen und Fürſten war, ſo durften auch die Prinzeſſinnen nicht fehlen. Und alsbald erzählte er folgende Geſchichte. „Da hinten um Schiltach rum, da gibt es grauſig große Wälder. Und einmal hat eine Prinzeſſin ſich drin ganz verlaufen und iſt verhungert. Und ein Waldhüter, ein einfacher, armer Mann, hat ſie gefunden und iſt ein reicher Mann daran geworden.“ Wir fragten, wieſo denn der ein reicher Mann geworden ſei. Er antwortete mit betonter Wichtigkeit: „Lebend oder tot, hatten die Eltern der Prinzeſſin ausgeſchrieben, lebend oder tot wer ſie findet, bekommt ſo und ſo viel tauſend Mark! Und der Waldhüter hat ſie tot aufgefunden im Wald und hat die paar tauſend Mark bekommen und iſt alſo ein reicher Mann geworden.“

Von den Königen und Prinzeſſinnen iſt es nicht weit zu den ſprechenden Blumen. Und ſiehe da, noch immer innerhalb derſelben halben Stunde erzählt uns der Alte des weiteren: „Dahinten gegen Freudenſtadt, da liegt der Ort Bayersbronn. Dort wohnt der Morlock. Zu dem kommen die Leute weit, weit her und fragen ſeine ſprechende Blume um Rat und Antwort. Dorthin bin auch ich mit meiner verbrannten und verkrüppelten Hand gekommen, und der Morlock fragte den Blumenſtock: „Kann dem Mann noch geholfen werden?“ — „Auf einmal, Pfſt, hat der Blumenſtock ausgeſehen wie ein kleines Männlein mit einer goldenen Krone, hat ſeine Arme ausgeſtreckt und die Hände verneinend geſchüttelt.“ (Das letztere erzählte der Alte nicht mit Worten, ſondern mit draſtiſcher Darſtellung des Vorgangs). „Dann, auf einmal, Pfſt, war's wieder ein einfacher Blumenſtock. Und ſeitdem weiß ich, daß mir keiner mehr meine Hand heilen kann.“

Zu guterletzt kam der Alte noch darauf, zu erzählen, warum er an ſeinem linken Auge ſo ſeltſame Narben habe. Da lag er eines Tags auf der Wanderung im Wald und ſchlief. Auf einmal ſchlich eine Kreuzotter heran und biß ihn neben ſein Auge in das Geſicht ſo heftig, daß er mit einem einzigen Gumper, ſo hoch wie er ſelbſt, in die Höhe gefahren ſei. „Und wenn ich damals nicht meine Wunderpflanz' bei mir gehabt hätt, nachher tät ich nichts mehr ſehen. So aber hat mir die Wunderpflanz' das Auge gerettet.“ Wir wollten wiſſen, was das für eine Wunderpflanz' ſei. Er zog ſie aus ſeiner Rocktaſche, wo er ſie wie einen Bleiſtift ſtecken hatte, und wies ſie uns vor. Die Wirtin kam herzu und ſagte: „Wir nennen's Aloë“. Er aber ſagte, er trage immer ein Blatt dieſer Pflanze bei ſich, denn ſie heile alle Wunden.

Eine einzige halbe Stunde waren wir im „Dreiſtegen“-Wirtshaus geſeſſen. Aber dieſe eine halbe Stunde hat uns gezeigt, wie Märchen und Geſchichten im Volke wachſen, und wie es wohl Brentano und Achim von Arnim und Hauff und die Brüder Grimm und andere Geſchichtenſammler gemacht haben, um zu ihren ſchönen alten Volksmärchen und Erzählungen zu gelangen. Und weil es uns ſo viel herzliche Freude gemacht hat, darum ſei es hier in der „Badiſchen Heimat“ für unſere Landsleute aufgeſchrieben.

Ausdreſchen der Ernte auf dem Sallaſch des Grundbeſitzers Eduard Rauſch.

Bei den badiſchen Alemannen in Hodſchag[1] (Jugoſlawien)

Von Joſef Schäfer, Freiburg i. Br.

III.

Landwirtſchaft

Die alte Dreifelderwirtſchaft, nach der die Anſiedelungsgemeinden lange Zeit den Boden nutzbar machten, mußte beſſeren Wirtſchaftsarten den Platz räumen. Vor 30 Jahren wurde der zerſtückelt liegende Grundbeſitz zuſammengelegt (Kommaſſation). Ingenieur Willmann hat mit großem Geſchick die Kommaſſation in 25 Dörfern ausgeführt. In die 8000 Joch große Gemarkungsfläche teilen ſich 200 Bauern. Kleinhäusler und Tagelöhner beſitzen kein oder nur ſehr wenig Feld. Ein mittlerer Bauer hat 36 Joch Eigentum. Der Landwirt Joſeph Schäfer (Urheimat Marlen), erntete von ſeinen 62 Joch letztes Jahr 414 Doppelzentner Weizen, 147 Doppelzentner Hafer, 210 Doppelzentner Mais. 13½ Joch waren mit Hanf bebaut, den er auf dem Acker in grünem Zuſtande für 65 000 Dinar (4800 Reichsmark) verkaufte. Sein Viehſtand zählt ſechs Pferde, zwei Kühe, drei Kälber, ſechs Schweine, 100 Hühner, gegen 300 Stück Junggeflügel, eine Anzahl Gänſe und Enten. Bei allen Bauern iſt der Viehſtand im Verhältnis zur Wirtſchaft viel zu klein, weshalb auch die Felder nur alle vier Jahre natürlichen Dünger erhalten. Kunſtdünger wird viel angewendet. Der Pferdezucht ſchenkt man mehr Aufmerkſamkeit als der Rindviehzucht. Infolge der großen Entfernungen und der ſchlechten

[1] Vergleiche die Beiträge I und II des gleichen Verfaſſers in Heft 5 (Seite 145 bis 152) und Heft 6 (Seite 198 bis 203) Mein Heimatland 1929.

Wege werden an die Arbeitspferde hohe Anforderungen gestellt. Mit Mäh- und Bindemaschinen wird die Getreideernte bewältigt.

Eine größere Pferde- und Rinderzucht betreiben die beiden Brüder Alfred und Eduard Rausch, von denen jeder ein Gut von 220 Joch mit je einem stattlichen Meierhof besitzt, auf denen acht kinderreiche Tagelöhnerfamilien arbeiten.

Für den Umtrieb eines mittleren Bauerngutes werden zwei Knechte und eine Magd benötigt. Die jährlichen Löhne betragen für den Knecht ungefähr 330 *RM*, für die Magd oder „das Mensch" 185 *RM*, dazu noch Bekleidungsstücke. Ein Mangel an landwirtschaftlichen Arbeitskräften besteht hier nicht. Die heutigen Wirtschaftsverhältnisse und die sehr frühe Heirat ihrer Kinder ermöglichen es den Bauern, daß sie schon mit 45 und 40 Jahren die Wirtschaft dem ältesten oder jüngsten Sohn übergeben und ins „Leibding" gehen können. Meistens hat sich der Wohlhabende durch einen Anbau an das alte Haus ein gemütliches Leibding erstellt; andernfalls behält er das Wohnungsrecht in der Straßenstube und das Benutzungsrecht in den andern Räumen des Hauses vor. An Naturalien beansprucht er für sich: 6 Doppelzentner Weizen, 6 Doppelzentner Mais für zwei Schweine und zwei Ferkel, 1 Doppelzentner Hafer, 25 Kilogramm Hanf, 25 Kilogramm Salz, 300 Eier, das Futter für eine Kuh, 1 Klafter Frucht- und 1 Klafter Haferstroh, das nötige Brennmaterial, die erforderlichen Fuhren, vor allem aber Nutznießung an den Reben.

So ziehen sich die wohlhabenden Hodschager Bauern in den Jahren noch rüstiger Manneskraft von der harten Feldarbeit zurück. Während die Jungen sich bei der glühenden Hitze draußen tüchtig plagen, sitzen die „jugendlichen Alten" in gemütlicher Plauderstunde mit dem Nachbar vor dem Hause im Schatten der Straßenbäume. Die Lebensart der Hodschager Alemannen ist zu bewundern. Es sind nicht mehr die ernsten, schweigsamen Schwarzwälder, sondern liebe, gesprächige Menschen mit heiterem Gemüt. Von Herzen kommt ihre Gastfreundschaft. In ruhigem Gleichschritt läuft das Leben dahin und ist nicht erfüllt von dem hastigen Getriebe der Zeit. Die alltäglichen Arbeiten in Haus, Hof und Feld vollziehen sich mit erstaunlicher Ruhe. Die weite Ebene mit dem strahlenden Himmel scheint dem eingewanderten Alemannen diese Lebensart aufgeprägt zu haben. Der Hodschager Bauer gehört nicht zu den Rückständigen; gerne nimmt er die nützlichen Neuerungen an und geht mit dem Fortschritt. Für das leibliche Wohl ist er sehr bedacht und ein Freund von einer gut bestellten Tafel, wobei Fleisch die Hauptrolle spielt. Die kochkundige Hausfrau versteht die schmackhafte Zubereitung der Speisen.

Der Groll-Sepp, der ebenfalls zu den „abgebauten" Bauern zählt, hat Zeit, mit mir über Hodschags Gegenwart und Vergangenheit zu plaudern. Er ist ein guter Erzähler, ein besonderer Freund der Familien- und Heimatforschung; stolz ist er auf seinen von einem Kunstmaler ausgeführten Stammbaum. Auf einem Ast steht der Name des gewesenen serbischen Unterrichtsministers Groll. An einem Nachmittage fährt mich Groll in seinem Auto durch Hodschags Felder. Die sehr breite Landstraße, die sich 8 Kilometer nach dem nächsten Dorfe erstreckt, ist anfangs von hohen Maulbeerbäumen eingefaßt, die einst einer einträglichen Seidenraupenzucht dienten. Kein Obstbaum ziert den Straßenrand, ab und zu erscheint ein einsamer Akazienbaum oder -strauch. Wir sind schon 4 Kilometer vom Dorf entfernt; flach und eben dehnt sich die Landschaft aus. Vergebens sucht das Auge am Horizont die Linie eines Waldes oder Gebirges. Wohin wir blicken, nichts als Felder mit ausgedehnten Hanf- und Maisanpflanzungen. Die Hälfte der Gemarkungsfläche trug ein goldenes Weizenmeer und wurde bereits im Juli abgeerntet. Knechte und Mägde pflügen mit Pferdegespannen die Stoppeläcker um. Leicht gehen die Pflüge durch die 1—1½ Meter dicke, lockere Humusschicht. Auffallend ist das Fehlen von Wiesen. Eine Wiesenkultur wie bei uns kennt man hierzulande nicht. Was der Bauer zu

Heu macht, iſt einjähriges Mohargras, das er auf 1½ Joch Ackerland angeſät hat. Wenn zwiſchen den Feldern größere oder kleinere Grasflächen erſcheinen, ſo iſt das ſalpeterhaltiger Boden, der nur als Weide benutzt werden kann. Die hohen Schöpfbrunnen, die da und dort aus der ſtillen Ebene ragen, verleihen der Landſchaft ein eigenartiges Gepräge. Vor einem kleinen Akazienhain läßt Groll ſeinen Kraftwagen halten. Unter hohen Bäumen liegt verſteckt ein kleiner Meierhof oder Sallaſch, wie man hier allgemein ſagt. In einer Umzäunung tummeln ſich braungefleckte Rinder und Pferde Oldenburger Schlages. Schwarze, wollhaarige Mangolitzer Schweine wälzen ſich in einem Pferch. Durch eine Maſt mit Kukuruz (Mais), bringen ſie ihr Gewicht auf 6—8 Zentner. Dann treten ſie ihre Reiſe donauaufwärts nach Budapeſt und Wien an. Solche Sallaſche gibt es auf Hodſchags Gemarkung 20; ſie ſtehen auf dem zugehörigen Bauerngute. Auf einem Sallaſch wohnt eine Arbeiterfamilie, die jeweils auf ein Jahr gedingt iſt. Der Mann hat für die Beſtellung der Felder zu ſorgen. Für ſeine Arbeit erhält er an barem Geld 52 *RM*; an Naturalien: 15 Doppelzentner Weizen, 150 Kilogramm Schweinefleiſch, 25 Kilogramm Bohnen, 25 Kilogramm Salz, 25 Kilogramm ausgearbeiteten Hanf und ½ Joch Feld für Kartoffelbau. Die Frau hat für Erhaltung des Viehſtandes Sorge zu tragen. Dafür darf ſie beanſpruchen: die Milch von einer Kuh, das dritte Ei und das dritte Junggeflügel. Wenn ſie auf dem Felde hilft, ſo ſteht ihr ein beſonderer Lohn zu.

In dieſem Lande haben die Bauern keine Scheunen; der weite Himmel und die Kronen der Bäume bilden das Scheunendach. Zu mächtigen Triſten werden die Getreidegarben im Freien aufgeſtapelt. Gleich nach der Ernte kommen Hodſchags

In einem Sallaſch (Meierhof) auf der Hodſchager Gemarkung

14 Dampfdreschmaschinen mit ihren Bedienungsmannschaften, Männern und Frauen, angefahren. Bis Ende August ist die ganze Ernte gedroschen. Die Drescher erhalten als Lohn 3 Prozent vom Ausdrusch.

Mitte August ist der Hanf reif geworden. Trotz einer dreimonatigen Trockenperiode hat er eine ansehnliche Höhe erreicht. Vom ersten Frührot der Sonne bis zu ihrem Untergange sind die fleißigen Tagelöhner und Tagelöhnerinnen mit Hanfschneiden beschäftigt. In einem sumpfähnlichen Fluß, der Mostunga, werden die Hanfwellen mit Schlamm beschwert und unter Wasser gedrückt. Der in diesem Schlammwasser geröstete Hanf gibt nach fachmännischem Urteil bessere Fasern als die in Kunsthanfrötzen behandelten Stengel. Die Vorfahren der Hodschager Hanfpflanzer, die Goldscheuerer, haben ehedem den schönsten Hanf erhalten durch Rötzen im fließenden Rheinwasser. Seit 25 Jahren wird mit gutem Erfolg Hopfenbau getrieben. Der Hopfen wurde nach Nürnberg geliefert. Der Tabakbau ist von ganz geringer Bedeutung. Auffallend war mir an den vereinzelten Tabakfeldern der Batschka und des Banats, daß sämtliche Stöcke in Blüte standen. Man „köpft" demnach die Pflanzen nicht wie bei uns. Die Obstbaumzucht, der die Hodschager wenig Beachtung schenken, ist nicht nennenswert. Preise für landwirtschaftliche Produkte nach unserem Geld: 1 Doppelzentner Hanf 82—93 *RM*, 1 Doppelzentner weißer Mais 26 *RM*, 1 Doppelzentner Weizen 18,50 *RM*, 1 Kilogramm Schweine- und Kalbfleisch 1,48 *RM*, 1 Kilogramm Rindfleisch 1,18 *RM*, 1 Liter Milch 17,5 *Rpf*, 1 Kilogramm Süßrahmbutter 3,80 *RM*, eine Gans 2,40 *RM*, eine Ente 1,75 *RM*, ein Huhn 1,75 *RM*, ein junger Hahn 1,70 *RM*.

Kunsthanfrötze in Hodschag. Die Hanfwellen werden unter Wasser gedrückt.

Die Tracht in Hodſchag vor dem Weltkriege.

Die heutige Bauerntracht.
Von der Familie Joſef Schmidt ſtammt die Frau, eine geb. Marzluf, aus Goldſcheuer (Amt Offenburg).

Erinnerungen an die alte Heimat

Bei den Urenkeln, die heute die Früchte der zähen Arbeit ihrer Väter genießen, leben viele Erinnerungen an die alte Heimat fort. Bei alten Häuſern hat ſich der Name des Anſiedlers erhalten. Der alte Wolf, ein biederer Landwirt, erzählt, wie ſein Großvater und deſſen Schweſter am Stabe aus Goldſcheuer ausgewandert ſeien. In einem ſtillen Winkel ſeines Hauſes träumt eine altersſchwache Truhe von fernen Zeiten am Rhein. Katharina Kuhn, Wolfs Großmutter, hatte ſie aus der Heimat mitgebracht. Wolf beſitzt eine Sammlung von 90 ſelbſtgeſchriebenen deutſchen Liedern, Volksweiſen, wie ſie einſt in unſerer Heimat geſungen wurden und manche davon noch geſungen werden. Es ſei ſchade, meinte der Alte, daß das Singen bei der Jugend heute ſo ſelten geworden iſt. Der Landwirt Joſeph Baſler bewahrt unter Glas und Rahmen ein ſeltenes Dokument auf. Es iſt der Auswanderungspaß ſeines Vorfahren, der aus dem Rheinfeldiſchen Amte kam. Durch einen Taufſchein kann Fabrikant Dr. Ertl beweiſen, daß ſein Urgroßvater in der Pfarrkirche zu Marlen die Taufe empfing. Allgemein beſteht ein lebhaftes Intereſſe für die Stammesheimat; gerne möchte man wiſſen, ob dort noch Verwandte leben. Ein freudiges Erlebnis für mich war das Auffinden meiner Verwandten. Es iſt auffallend, wie bei den beiden Schäferſtämmen zu Marlen und Hodſchag die gleichen typiſchen Körpermerkmale auf Verwandtſchaft hinweiſen. Dieſelbe Erſcheinung zeigt ſich bei der Familie Ertl (in Marlen Örtl).

Sitten und Gebräuche: Vieles, was von dort mitgenommen wurde, iſt heute noch lebendig. So tragen die Kinder an „Mariä Kräuterweih“ (15. Auguſt) einen „Kräuterbuſche“ aus Feldkräutern und Gartenblumen zur Weihe in die

Kirche. Die geweihten Kräuter steckt man wie bei uns ins Gebälk der Viehställe zum Schutze gegen Blitzschlag und Viehseuche. Am 1. Mai legte man Zweige vom Holunderbaum vor die Fenster des Hauses zum Fernhalten der Hexen, die auch durch einen umgekehrt hingestellten Besen verscheucht werden. Gegen bestimmte Krankheiten hilft „s' bruche" einer gewissen Frau, die im Besitze geheimer Heilsprüche ist. Nach altem Brauche setzt man Bohnen wie in Goldscheuer in den Vormittagsstunden, wo die Uhr die meisten Schläge gibt; dann wird der höchste Fruchtansatz erzielt. Bei Gewitter zündet man eine geweihte Kerze an.

In der Nacht vor Pfingsten stellen die Burschen den Mädchen allerlei Schabernak an; holen die Geräte aus Stall und Schopf und tragen sie an einem Ort zusammen. Das heißt man Pfingstlümmel.

Die Pfingstkuh. Am Pfingstmorgen erhält die Kuh, die zuletzt aus dem Stalle zur Herde auf die Straße läuft, einen Kranz umgehängt.

Kinderfreuden: Kinder holen an Ostern bei der „Godl" (Patin) „e Bindl" (ein viereckiges Tuch) mit Feigen, Zucker, Nüssen, Buchshernli, vier gefärbte Eier und einen Lebzelter. An Weihnachten erhalten die Knaben aus Lebzeltermehl und Honig gebacken einen „Hutsch" (Füllen), die Mädchen eine Puppe.

Winterabend. An den langen Winterabenden findet sich jung und alt in den Spinnstuben zusammen. Mit Ausnahme von Samstag und Sonntag treffen sich jeden Abend vier bis fünf Mädchen in einem Hause mit ihren Burschen, so auch die Frauen und Männer für sich. Das Wort Spinnstube wird heute nur im Sinne von Abendbesuch gebraucht. Früher haben die Hodschager fleißig gesponnen. Im Dorfe arbeiteten 23 Weber mit 70 Webergesellen. Anfangs Februar erhielten sie von den Bäuerinnen das Garn nebst Lebensmitteln. Der Volksmund sagt: „Wenn d' Gäns lege, komme d' Weber zum Vermege. Wenns briele wie d' Alte, kenne sich d' Weber nimmer erhalte.

Bei der Hochzeit wohlhabender Bauernkinder geht es ebenso hoch her wie bei einer Schwarzwälder Hofbauernhochzeit. 300 Gäste sind zu einem zweitägigen Hochzeitsschmause geladen, bei dem Fischpaprikasch als Leckerbissen gilt.

Tracht: Der alles gleichmachende Strom unserer Zeit hat auch die alte formen- und farbenreiche Tracht der Donauschwaben in moderne Einförmigkeit umgewandelt. Sie ist so ziemlich in allen deutschen Dörfern der Batschka gleich und bevorzugt die dunklen Farben. Zum Sonntagsgewand der Männer gehören: Dunkle Hose, dunkles „Röckli" (Rock), „Leibli" (Weste), ein schwarzer, breitrandiger Hut. Zum umgelegten Kragen des weißen Hemdes wird keine Halsbinde angelegt. Das Tragen der kurzschäftigen Stiefel der „Korduentschizmen" ist schon lange nicht mehr Mode. Bei älteren Leuten sieht man noch das Leibli mit den 18 weißen Paffongknöpfen. Im Sommer ist es überall Gebrauch, bei der Arbeit das sehr kurze Hemd über den Hosen zu tragen. Noch vor 60 Jahren trugen die glattrasierten Männer wie die Frauen langes Haar, das mit einem Hornkamm aufgesteckt und mit einem Käppchen bedeckt war.

Zur Frauentracht gehören: Der oben vielfach gefältelte, unten weit abstehende Rock mit einem Sammetbesatz, vier bis sechs Unterröcke, ein großer seidener Schurz, eine seidene Bluse, ein seidenes Kopftüchlein, alles in dunkler Farbe. Die Mädchen tragen Kleider in hell gestimmten Farben; keine Kopfbedeckung. Das zu einem Zopf geflochtene Haar ist im Nacken in die Höhe gestellt und mit einem Kamm zusammengehalten. Die „Muttergottesmadle", die an Prozessionen die Marienstatue tragen, erscheinen in weißen, gestärkten Kleidern und einem Kranzschmuck.

Wenn die Mädchen in den Ehestand treten, was schon mit 16 Jahren geschieht, so kommen sie im wahren Sinne des Wortes unter die „Haube"; denn die Frau

trägt auf ihrem Haarknoten eine kleine, dunkle Haube bei all ihren häuslichen Arbeiten. Sobald ſie aber außerhalb des Hauſes geht, bindet ſie das Kopftüchlein auf. Im Sommer ſparen die Frauen und Mädchen das Schuhwerk und üben das Kneippſche Barfußgehen. Bis Kriegsende wurde eine buntfarbige Tracht getragen. Ein buntgeblumtes Halstuch mit langen „Zotteln", in viele Falten gelegt, ſchmückte Achſel und Bruſt und bedeckte ein ſchwarzſeidenes Leibchen. Schneeweiß leuchteten die weit aufgebauſchten Stehärmel des „Ziehhemds". Der blumige „Ziehkarock" reichte bis zu den Samtpantoffeln herab. Die Angehörigen des Hodſchager Gewerbeſtandes tragen keine Tracht.

Lieder und Volksſprüche aus der Umgebung von Kandern

Von Albert Eiſele, Kandern

Unter obiger Überſchrift veröffentlichte H. Wißmeier, Feuerbach, in der „Alemannia", Band 42 Heft 1, eine Reihe von Liedern und Volksſprüchen aus dem hintern Kandertal. Eines von ihnen lautet:

Wenns Chabis-chrut regnet
Un Speckmögge ſchneit,
Drno iſch e luſtig Lebe,
Un e ſchmutzigi Zit.
Uſe Blaue bini gſtiege,
Z'Nacht, wenn d'Lüt im Schloſ drliege,
Han uf Schwizerberg dört gſchaut,
Wie ſie, wenn dr Morge graut,
Prächtig z'glitzere hän agfange,
Bis as d'Sunne iſch ufgange,
Di ſo ſchön und fürig hell
Ufgumpt äne an Marzell.

Es iſt ſicher, daß hier zwei Dinge vereinigt ſind, die nicht zuſammengehören. Der zweite Teil ſcheint aus Marzell zu ſtammen. Doch ſtören einige Redewendungen, die nicht dem alemanniſchen Sprachſchatz entnommen zu ſein ſcheinen, z. B. „drliege" oder „Bis as". Tatſächlich iſt der urſprüngliche Wortlaut auch ein anderer. Denn er ſtammt aus einem Gedicht „Der Morgen", deſſen Verfaſſer Fr. Sonntag iſt. Zwar ſchreibt Joh. Bapt. Trenkle in ſeinem Buch „Die Alemanniſche Dichtung ſeit Joh. Peter Hebel" auf Seite 25: „Einer der bemerkenswerteren alem. Dichter iſt Guſt. Friedr. Nikolaus Sonntag." Wer aber von dieſem Zeitgenoſſen Hebels (er lebte von 1788 bis 1858) einige Gedichte leſen will, muß lange ſuchen. Die hochdeutſchen Gedichte ſind großenteils im Freiburger Wochenblatt erſchienen; mundartliche konnte ich dort nicht finden. Sie ſcheinen alle als fliegende Blätter gedruckt worden zu ſein, von denen ich zwei in der Univerſitätsbibliothek in Baſel fand. Dabei war auch „Der Morgen". Dort lautet dieſer Teil:

Uſ de Blaue bini gſtiege
z' Nacht, wenn d' Lüt im Schloſ thüen liege,
Ha uf d' Schwizerberg dört gſchaut,
Wie ſie, wenn der Morge graut,
Prächtig glitzret hen afange,
Bis als d' Sunne uf iſch gange,
Die ſo ſchön un fürig hell
Ufgumpt ehne an Marzell.

Da Sonntags Dichtungen faſt alle in ſeiner Müllheimer Amtszeit entſtanden (er kam nach Hebels Tod an deſſen Stelle in Karlsruhe), haben ſich jene Worte faſt 100 Jahre im Volke erhalten. Hätten wir eine Sammlung der alemaniſchen Gedichte, die Sonntag verfaßt hat, wir würden vielleicht noch einige finden, die im Volke fortleben, ohne daß es ſeinen Verfaſſer kennt.

Badiſche Familienforſchung

Einſendungen ſind künftig unter Beifügung von 1 ℳ für jede Anfrage zu richten an den Landesverein Badiſche Heimat, Freiburg i. Br., Hansjakobſtraße 12.

Familiengeſchichtliche Zeitſchriftenſchau

Von Paul Strack, Sinsheim a. d. E.

Archiv für Sippenforſchung, 6. Jahrgang. 1929. Hefte 1 bis 6. — S. 8 ff.: v. Stackelberg, Die Vorfahren Tſchitſcherins (zahlreiche deutſche Adelsgeſchlechter); S. 22 ff., 129 ff.: Röder; Reichsdeutſche Konvertiten in der Erzdiözeſe Olmütz; S. 41 ff.: Mitgau (Heidelberg), Adel als Stand; S. 50: Dr. Prinz Iſenburg, Ebenburt und Inzucht; S. 93: Wieſt; Wiedertäufer in Au (Vorarlberg) und deren Wegzug 1585; S. 121: Roeßler, Die Eigenart der Genealogie; S. 136 ff., 199 ff.: Walter Kilian, 9 Leichenpredigten; S. 147 ff., 204 ff.: Knodt, Das Gießen-Göttinger Stammbuch Heß (mit verſchiedenen Einträgen der Familie Buff, Werthers Lotte!); S. 161 ff.: Wentſcher, Nietzſches Ahnenbewußtſein; S. 164 ff.: v. Marchtaler, Forſchungen über franzöſiſche Reformierte im Perthois; S. 172 ff.: v. Ehrenkrook, Niederheſſiſche Gaunerfamilien.

Ekkehard, Mitteilungsblatt deutſcher genealogiſcher Abende. 1927, Heft 1 bis 6. — S. 4: Siebers, Verzeichnis der bürgerlichen Leichpredigten in der Bibliothek der ehemaligen Univerſität Helmſtedt; S. 4: Wentſcher, Familiengeſchichtliche Quellen in der Zips und Mitglieder der Schützenbrüderſchaft zu Bela 1637 bis 1694; S. 11, 23, 45, 63, 79, 95; Weiske, Bildnisſammlung der Franckeſchen Stiftungen.

Mitteilungen des Roland, Dresden 1929. S. 1: Förſter, Ahnengemeinſchaft — Ahnenliſtenaustauſch; S. 11: Fetſcher, Unterſuchungen über das Geſchlechtsverhältnis der Neugeborenen in kinderreichen ſächſiſchen Familien; S. 22: v. Klocke, Familienkunde und Familienpolitik; S. 23: Butte, Volksgenealogie bei Grenzlanddeutſchtum und im Reich.

Der Familienforſcher, 1928, Heft 1 bis 12. — S. 9 ff., 62 ff., 95 ff.: Damm, Die Familienbücher Seyfferheldt und Boß in Schwäbiſch-Hall; S. 76 ff., 212 ff., 286 ff., 313 ff.: Käßbacher, Vom Dilsberg; S. 162: Derſelbe, Verzeichnis der 1750 zum Kurpfälz. Amt Dilsberg gehörenden Beamten, Förſter, Geiſtlichen und Lehrer; S. 121 ff.: Trapp, die jüdiſchen Familiennamen und ihre Eigenart: S. 228: Bondi, Familienpapiere und Familienbilder im Erbe; S. 298: Krämer (Raſtatt), Auf verwehten Spuren. Einwanderungen nach Baden aus Allgäu, Böhmen, Bayern, Elſaß.

Mitteilungen der Genealogiſchen Geſellſchaft zu Frankfurt. Heft 1 bis 7, (1919/1927). — U. a. zahlreiche Verwandtſchaftstafeln aus dem Goethekreis. Unter den Nachkommen des Reichskammergerichtsaſſeſſors v. Oetingen (1920, S. 11) befinden ſich mehrere badiſche Familien.

Zeitſchrift der Zentralſtelle für niederſächſiſche Familiengeſchichte Hamburg. 11 Jahrgang. 1929, Heft 1 bis 9. — S. 34: Janſſen, Kaiſer und Könige, als Vorfahren Jeverländiſcher Bauern; S. 58: Albers, Schülerinnen der (Dichterin) Karoline Rudolphi (die 1803 ihr Mädcheninſtitut nach Heidelberg verlegte); S. 129: Hoffmann, Vom Fürſten Bülow und ſeinem Kreis; S. 189: Lienau, Der Vorname des Vaters als Familienname des Sohnes (z. B.: der Sohn des Hans Peterſen erhielt den Nachnamen Hanſen).

Mitteilungen der Heſſiſchen Familiengeſchichtlichen Vereinigung. Bd. 2, Heft 1 bis 3. (1929). — S. 17: Herrmann, Die Einwohner des Mainziſchen Amts Dieburg im Jahr 1540. S. 22: Practorius, Die „Politiſchen Landviſitationen" als Quelle für Familienforſchung; S. 33: Hering: Familiennamen in den Griesheimer Kirchenbüchern. Dem 3. Heft iſt ein ſehr wertvolles Inhaltsverzeichnis und Regiſter zu Band I (Heft 1 bis 10, 1925 bis 1928) beigegeben, das Major a. D. Alex. v. Lyncker in Darmſtadt bearbeitet hat.

Monatsblatt der Herald-Geſellſchaft „Adler" in Wien. 577/582. — S. 465: Gelegenheitsfindlinge aus den Pfarrmatriken von Waidhofen a. d. Ybbs, 467 aus jenem von Ulmerfeld, S. 468 aus Münzbach uſw.; S. 486: Grüll, Die oberöſterreichiſchen (kathol.) Pfarrmatriken; S. 500: Veit Polants Wappen. (Veit Polant, kurpfälz. Miniſter, geſt. in Heidelberg, 27. Jan. 1572).

Blätter für Fränkiſche Familienkunde, Nürnberg 1929, Heft 1 und 2. — S. 1: Schornbaum, Aus dem ev.-luth. Proklamationsbuch Roth 1650/74; S. 14: Regelsberger, Namens-

verzeichnis zu Matthias Priesters Onoldum in Requie 1742 (Beschreibung der Ansbacher Grabdenkmale); S. 37: Thiermann, Die „Schwab" zu Offenhausen, in Nürnberg und Bislohe; S. 43: Deuerlein, Erlangen, Bürgerrechtsverleihungen, 1758; S. 45: Barth, Exulanten in der Pfarrei Wengen (Bezirksamt Hilpoltstein). S. 48: Schübel, Castellsche Angestellte in Rüdenhausen; S. 51: Werner, Beamte und Bedienstete des ehemaligen Oberamts Burgthann; S. 59: Dehm, Familienverzeichnis aus Heidenheim vom Jahr 1634. (Für den 1. Band [Jahrgänge 1926 bis 1928] ist ein eingehendes Register erschienen.

Blätter für Württembergische Familienkunde. 1929, Heft 31/34. — S. 89: Textor, Eine Fahrt ins Land der Ahnen. (Sehr schöne Schilderung eines Auslandsdeutschen!); S. 95: Württemberger auf Ceylon und Java um 1800; S. 113: Mauer, Österreichische Exulanten in Württemberg; S. 121: Deckinger, Mitteilungen über die während des 30jährigen Kriegs und nach demselben in Schützingen eingewanderten Protestanten aus Oberösterreich nach den Kirchenbüchern von Schützingen (Oberamt Maulbronn); S. 127: Georg Bahls (Heidelberg), Die Gattin des Tübinger Professors Dr. Johann König (um 1470 bis 1534).

Familienforscher!

Der Verein Badische Heimat ist im September d. J. in die Arbeitsgemeinschaft der Deutschen familien- und wappenkundlichen Vereine aufgenommen worden. Die angeschlossenen Vereine erhalten unentgeltlich das familiengeschichtliche Such- und Anzeigeblatt. Da es aber natürlich nicht möglich ist, für sämtliche über 13 000 Mitglieder unseres Vereins das Such- und Anzeigeblatt zu beziehen, bitten wir **unsere familienkundlich interessierten Mitglieder, die das Suchblatt zu beziehen wünschen, dies sofort umgehend mitzuteilen und den Betrag von 1 *RM* auf unser Postscheckkonto Karlsruhe Nr. 16468 zu überweisen. Sie erhalten alsdann vom 1. Januar 1930 ab das Such- und Anzeigeblatt** (12mal im Jahr). Der Betrag von 1 *RM* im Jahr soll die besonderen Versandkosten decken.

Da das Suchblatt regelmäßig an fast 10 000 unmittelbar Interessierte verschickt wird, versprechen Anzeigen und Anfragen darin guten Erfolg. Allerdings sollte das familiengeschichtliche Such- und Anzeigeblatt nicht erst dann in Anspruch genommen werden, wenn die Forschung auf dem sog. toten Punkt angelangt ist, sondern schon beim Beginn einer Forschung oder bei Neuauftauchen eines Namens in der Forschung; nur dann werden zwecklose Doppelforschungen vermieden, da die Forscher vor dem Beginn einer Forschung zusammengeführt werden.

Fragen

363. **Scheuerpflug:** Jegliche Angaben über Namensträger, Erklärung des Namens erwünscht.

Adolf Scheuerpflug, Magdalenen-Apotheke, Frankfurt a. M., Oberrad.

364. **Hornbach:** Gesucht alle Anschriften von Namensträgern, auch von Auswanderern, insbesondere von solchen in Amerika. Ferner alles, was sich auf diesen Namen bezieht: Wappen, Siegel, Hausmarken, Bilder, Stammbäume, Ahnentafeln, Verwandtschaftstafeln usw., In Betracht kommen alle Orte und Zeiten. Auch die kleinste Angabe ist erwünscht. Porto wird vergütet.

Carl Hornbach, München 2 SO, Müllerstr. 3.I r.

365. **Klemm (Clemm):** Stammbaum geht bis etwa 1585 zurück, älteste Ahnen zu jener Zeit in Enkenstein. Alle im Markgräflerland oder von dort stammenden Namensträger werden um Anschriftangabe ersucht, evtl. zum gegenseitigen Austausch von Forschungsergebnissen.

Ernst Klemm, Scheuern b. Gernsbach.

366. **Woerner (Werner, Wörner):** Wo tritt der Name vor 1700 auf? (Familie war wahrscheinlich lutherisch).

367. **Hertenstein:** Wo kommt der Name vor 1700 in Baden vor? (bekannt: Pforzheim, Kippenheim und Umgegend).

368. **Von der Lehr (Vonderleer, van der L. u. ähnl.):** Wo kommt der Name um 1820 in Baden vor?

Sammelstelle familienkundl. Nachrichten d. L.V.H., Karlsruhe, Generallandesarchiv.

Die wirkungsvolle Glasreklame

Plakate / Kalender / Barometer usw.

Glasplakatefabrik Offenburg A.-G., Offenburg i. B.

Briems Weinstube Tel. 3767

Alt-Freiburger Weinstube, Freiburg i. Br.

Reine Weine / Vorzügliche Küche

Schiffstr. 5, am Kartoffelmarkt / Auto-Parkplatz

Feine Eierteigwaren

mit frischen Landeiern hergestellt, 5-kg-Sortimentpackung zu RM. 8,50 franko versendet

Frau Ida Schöchlin

Brombach (Amt Lörrach)

Photo-Apparat

9x12 (fast neu) alle Verstellbarkeiten. Optik: Doppelanastig. 4,5. Verschluß 1—1/200 Sek. umständehalb. f. 75 RM. abzugeben. Evtl. zur Ansicht.

August Hoff, Sinzig (Rhein)

JOSEF STIGLER

Weingutsbesitzer

FREIBURG i. Br.

Höchstbewertetes Weingut Badens am **Winkler Berg** bei Ihringen **Kaiserstuhl**

Riesling-, Ruländer-, Sylvaner-, Rotburgunder-Qualitätsweine

Trefzger MÖBEL

Preiswerte Edelerzeugnisse

Verkaufsstellen:

Karlsruhe i. B. — *Kaiserstr. 97*

Freiburg i. Br. — *Bertholdstr. 60*

Pforzheim — *Schloßbergstr. 19*

Frankfurt a. M. — *Vilbelerstr. 29*

Mannheim — *O 5, 1*

Konstanz — *Bodanstr. 19—21*

Rastatt — *Friedrichsring*

Stuttgart — *Ufapalast (Lautenschlagerstr.)*

Heidelberger Bücher

Irma von Drygalski: Im Schatten des Heiligenberges. 6 Dichternovellen um Heidelberg, mit 7 Bildern. 4. Aufl. In Ganzleinen 2,50 RM.

Irma von Drygalski: Der Bauernprophet. Ein Roman aus der Pfalz, mit 7 Bildern. In Ganzleinen 6,20 RM.

E. Diethoff: Unter der harten Hand. Kunsthistorisches Zeitgemälde aus Heidelbergs Vergangenheit (zur Zeit der Zerstörung). Erscheint demnächst.

Kurpfälzer Jahrbuch über heimatliche Geschichte, das künstlerische, geistige und wirtschaftliche Leben des Gebietes der einstigen Kurpfalz. Reicher Bildschmuck. Alljährlich erscheinend. Gbd. 4,75 RM.

Dr. Herbert Derwein: Die Bauten des Heiligenbergs bei Heidelberg. In Federzeichnungen wiederhergestellt von Kunstmaler Heinrich Hoffmann. Geh. 75 Rpf.

Alt-Heidelberg und das Neckartal. 8 Federzeichnungen von Eduard Winkler-München. Kunstmappe 1,50 RM.

Friedrich Blaul: Die steinerne Braut. Eine Heidelberger Novelle. Kart. 80 Rpf.

Durch jede Buchhandlung zu beziehen

Braus-Verlag Heidelberg

Lichtreklame

Transparente / Schaufensterbeleuchtungen

Leuchtbuchstaben in allen Formen und Ausführungen

Freiburg i. Br.

Verlangen Sie unverbindlichen Vertreterbesuch! Telephon 3681/1542

● Plakat-Institut Badenweiler ● Müllheim ●

22 Anschlagstellen und Weilertal

FREIBURG I.BR.
SCHLOSSBERGST. 6b
FERNRUF: 2387
Hch. Schumacher
Vervielfältigungen

Bodensee-Plakat-Institut
Heinrich Schatz, Konstanz / Fernr. 168
Plakatierung im Bodensee-Gebiet
Annahme von Reklamen für die
Fähre KONSTANZ-MEERSBURG

Plakate
in Schrift und Bild
ein- und mehrfarbig
in Buch- und Steindruck
liefert die Universitäts-
druckerei und Verlagsanstalt
POPPEN & ORTMANN
FREIBURG i. BR.

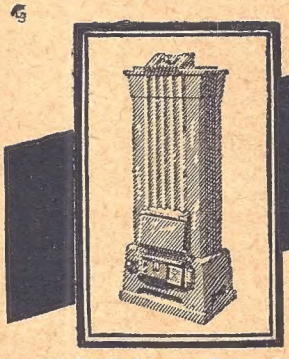
Am 6. Dezember

des Vorzugsangebots
für die Mitglieder des Landesvereins Badische Heimat:

EKKHART 1930
Jahrbuch für das Badner Land

von Hermann Eris Busse herausgegeben. Dies ist der unentbehrliche Führer durch die badische Volksseele in Vergangenheit und Gegenwart mit Dichtung, Bildern und Berichten aus den verschiedenen Landschaften Badens. Preis bei sofortiger Bestellung statt 3 RM. nur 2 RM., zu richten an den Landesverein Bad. Heimat, Freiburg i. Br., oder an den Verlag.

ESCH ORIGINAL
ZENTRAL LUFTHEIZUNG FÜR EINFAMILIENHÄUSER SÄLE, KIRCHEN USW.
ESCH & Co MANNHEIM



ESCH ORIGINAL
DAUERBRANDÖFEN

·E·S·C·H·u.·Co·M·A·N·N·H·E·I·M·

Ausstellung F. H. ESCH, Mannheim Kaiserring 42

UNSERE BESONDERHEIT **PLAKAT** -DRUCK IN ANERKANNT BESTER AUSFÜHRUNG
MORS & SINGLER, FREIBURG I.BR., SCHILLERSTR. 6